



EASYCREDIT BBL

BBL Pokal-Richtlinien

Saison 2026/2027

Stand: 12. Juni 2026

EASYCREDIT BASKETBALL BUNDESLIGA

INHALTSVERZEICHNIS

1	ALLGEMEINES	2
2	MARKETING.....	2
2.1	LOGO UND TITEL.....	2
2.2	ÜBERSICHT DER WERBEFLÄCHEN.....	3
2.3	WERBEFLÄCHENBELEGUNG TEILNEHMENDE CLUBS.....	4
2.4	WERBEFLÄCHENBELEGUNG NAMING RIGHT PARTNER.....	6
2.5	WERBEFLÄCHENBELEGUNG BBL.....	6
3	MEDIEN	7
3.1	PR-MAßNAHMEN, SPONSORENBOARDS (OFF AIR), TV- INTERVIEW BACKDROP (ON AIR).....	7
3.2	DIGITALE PLATTFORMEN.....	8
3.3	BBL-AKTIVIERUNGSMABNAHMEN.....	8
4	STANDARDS.....	9
4.1	WETTBEWERBSLOGO AUF SPIELBEKLEIDUNG, TEAMWEAR UND MERCHANDISE- ARTIKELN.....	9
4.2	VERWENDUNG VON POKALSTERNEN AUF DER VORDERSEITE DES SPIELHEMDES.....	9
4.3	PRE-GAME-ABLAUF/EVENT-ABLAUF	10
4.4	ANSCHREIBERTISCH	12
4.5	ARBEITSKARTEN UND PARKPLÄTZE.....	12
5	TICKETING.....	13
5.1	FREIKARTEN (VIP UND PUBLIC).....	13
6	PARKPLÄTZE AN DER ARENA.....	13
7	SONDERREGELUNGEN BEIM TOP FOUR	14
7.1	TICKETING.....	14
7.2	WERBEMAßNAHMEN	15
7.3	SONSTIGES.....	15
7.4	AKTIVIERUNGSMASSNAHMEN NAMING RIGHT PARTNER.....	18
8	STRAFEN BEI VERSTÖßEN	19

1 ALLGEMEINES

Diese Richtlinie bezieht sich auf den Wettbewerb „BBL Pokal“ bzw. „Netto BBL Pokal“ und ist als Ergänzung zu allen bestehenden easyCredit BBL-Richtlinien zu verstehen, die grundsätzlich auch im Netto BBL Pokal ihre Gültigkeit behalten.

Sofern in dieser Richtlinie nicht anders beschrieben, gelten damit die Regelungen aus den Richtlinien und Standards für Ligaspiele. Der Wettbewerbsmodus sowie alle relevanten Informationen zu Auslosungen sind der Ausschreibung zum Pokal und den Richtlinien zur Ziehung von Pokallosen zu entnehmen.

Etwaige Regelungen dieser Richtlinie können aufgrund von fehlenden oder deutlich reduzierten Zuschauern vor Ort möglicherweise nichtig sein und sind im Einzelfall mit der BBL abzustimmen.

2 MARKETING

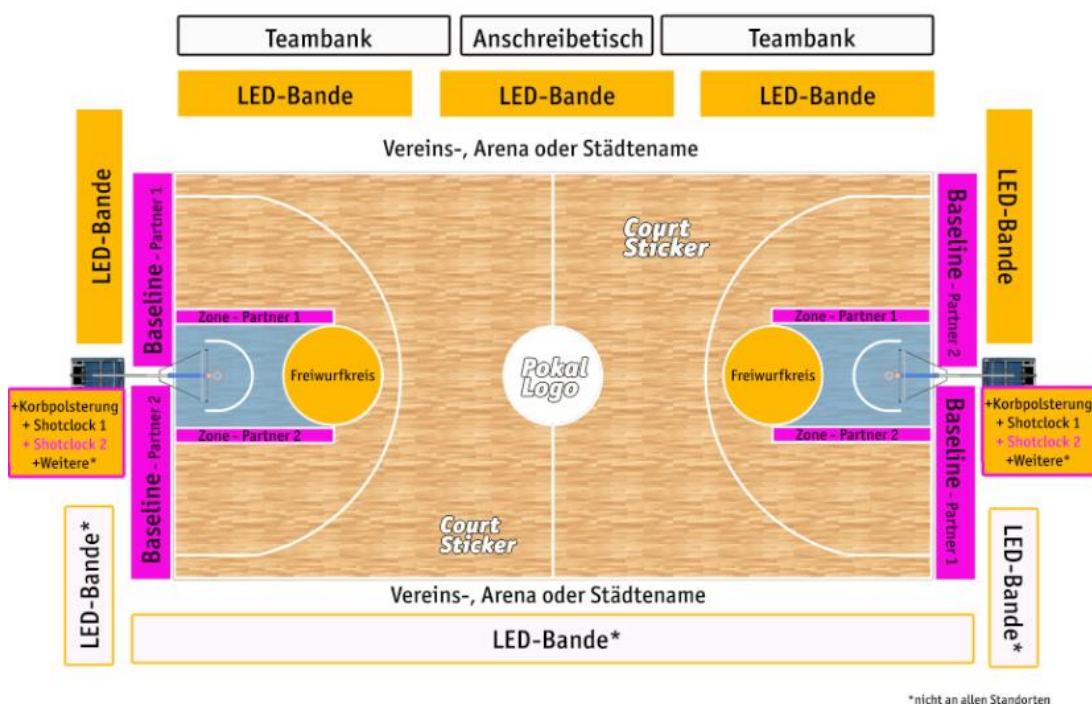
2.1 Logo und Titel

Der BBL-Pokal hat mit "Netto Marken-Discount" einen Namenssponsor. Die Clubs sind verpflichtet, ausschließlich das jeweils aktuelle offizielle Netto BBL Pokal-Logo gemäß Design-Manual zu verwenden. Das Logo des Netto BBL Pokals ist auf sämtlichen direkt mit dem Pokal-Wettbewerb in Verbindung stehenden Kommunikationsmitteln (Print und Digital), insbesondere Briefpapier, Faxvorlage, Flyer, Plakate, Eintrittskarten, Magazine, Sponsoren- und Pressemappen, Autogrammkarten, Roll-Ups, Großflächenplakate, Blow-Ups, Pressewände, Anzeigen, Mannschaftsposter, Dauerkarten, Homepage, Apps, Mobile Seiten, mit einer Größe von mindestens 75% des Vereinslogos prominent zu platzieren. Abweichende Größen sind durch die BBL GmbH schriftlich freizugeben. Die Clubs werden aufgefordert, von allen Kommunikationsmitteln ein Musterexemplar – gerne in elektronischer Form – an die BBL GmbH zu senden.

Zudem muss in allen publizierten Veröffentlichungen die aktuelle Bezeichnung als „Netto BBL Pokal“ verwendet werden - im Folgenden „BBL-Pokal“ genannt.

2.2 Übersicht der Werbeflächen

In Spielen des BBL Pokals werden die in den Ziffern 2.3 bis 2.5 beschriebenen LED-Bandensequenzen (1.LED-Bandenreihe und 2.LED-Bandenreihe; jeweils 33% für Naming-Right-Partner, BBL und Club) in Rotation in folgender Reihenfolge abgespielt: Naming Right Partner (bspw. LED-Bandensequenzen 1-4) vor BBL (bspw. LED-Bandensequenzen 5-8) vor Club (bspw. LED-Bandensequenzen 9-12).



2. LED-Bandenreihe

Analog zum Ligabetrieb wird die Option eingeräumt, eine 2.LED-Bandenreihe in der Halle zu installieren. Diese stellt dann die Werbung auf der 2. Bandenreihe gemäß der Punkte 2.3 bis 2.5 dar. Die genaue Umsetzung erfolgt - durch die unterschiedlichen Gegebenheiten in den jeweiligen Hallen - in Abstimmung mit der BBL. Eine Freigabe erfolgt erst nach Zustimmung seitens der BBL.

Dabei sind nur statische Anzeigen erlaubt, jegliche Art von Animation ist also nicht zulässig (sprich, der Übergang erfolgt ohne Effekte und Animationen). Die Banden-elemente dürfen dabei für mehrere Werbebotschaften geteilt werden. Die Gestaltung hat entsprechend der aktuell gültigen Marketing- und Medienrichtlinien

(vgl. dort 7.7) zu erfolgen. Ein Loop besteht dabei aus 12 Sequenzen zu je 30 Sekunden.

Die 2. LED-Bandenreihe wird zu gleichen Teilen (jeweils 33% für Naming-Right-Partner, BBL und Club bzw. Heimteam/Ausrichter) belegt. Die gleichmäßig verteilte Sichtbarkeit muss – insbesondere ab Beginn der Pre-Game-Phase bis zum Spielende – gewährleistet sein; die Reihenfolge entspricht der oben beschriebenen Regelung der 1.LED-Bandenreihe.

Die finale Abnahme bzgl. der Ausgestaltung der 2.LED-Bandenreihe obliegt der BBL. Beide neuen Werbeflächen müssen nach Rücksprache mit dem Ausrichter bzgl. der Gegebenheiten vor Ort zwingend von der BBL freigegeben werden.

2.3 Werbeflächenbelegung teilnehmende Clubs

Die teilnehmenden Clubs sind in der (Weiter-) Vermarktung der nachfolgenden Werbeflächen für den BBL Pokal frei und damit berechtigt diese Werbeflächen selbst zu belegen oder diese ganzheitlich oder individuell an Dritte zu veräußern.

- zwei Freiwurfbereiche
- 33% der Werbezeit der LED-Banden im TV-U (z.B. vier von zwölf LED-Banden-Sequenzen)
- Bekleidung der Mannschaften (Trikotwerbeflächen)
- Standfuß der Korbanlage
- Korbarm
- LED TV-Off-Banden (LED-Banden am Spielfeldrand, die nicht im direkten TV-Bereich zu sehen sind/dem TV-U zuzuordnen sind)
- 2. Bandenreihe/ 2.LED-Bandenreihe inkl. 33% der Werbezeit (z.B. vier von zwölf LED-Banden-Sequenzen)
- Beide Längsseiten des Spielfeldbodens: Analog Ligaspielen (Stadtname, Sporthalle, Club-Name, ...)
- 50% der Werbeflächen auf dem offiziellen TV-Interview-Backdrop des BBL Pokals (die Kosten für das Branding trägt der jeweilige Club)

Die jeweiligen Naming Right-Partner der Clubs genießen Branchenexklusivität in Bezug auf die am oder auf dem Spielfeld sichtbaren Werbeflächen. Die jeweiligen Hauptsponsoren der Clubs, soweit vom Naming Right-Partner unterschiedlich,

genießen Branchenexklusivität sofern sie auf den Werbeflächen in den Freiwurfbereichen präsent sind. Ausgenommen von dieser Branchenexklusivität für Club-Partner sind die Branchen der BBL Pokal-Partner Netto Marken-Discount (Lebensmitteleinzelhandel, Lieferdienste und Online Shops für Lebensmittel) und easyCredit (Bank, Kreditwesen, Fintech).

Die entsprechenden Exklusivitätsbereiche der Club-Partner sind dem Naming Right Partner (Netto) sowie der BBL jeweils bis zum 1. Juli schriftlich (Email ausreichend) mitzuteilen.

Als Naming Right Partner des BBL Pokals genießt Netto Marken-Discount Branchenexklusivität im TV-relevanten Bereich an den Austragungsorten des BBL Pokals und somit bei den folgenden Werbeflächen bei den jeweiligen Heimspielen der Clubs. Aktuell umfasst es die folgenden Werbemittel:

- zwei Freiwurfbereiche
- LED-Banden im TV-U
- Standfuß der Korbanlage
- Korbarm (statisch sowie LED-Korbarm)
- 2. Bandenreihe/ 2.LED-Bandenreihe
- Beide Längsseiten des Spielfeldbodens (Werbeflächen vor den Teambänken)
- Alle weiteren Werbeflächen, die im TV-sichtbaren Bereich liegen (je nach Hallen Setup)

Sollte der Club eine oder mehrere der ihm zustehende, der o.g. Werbeflächen im TV-relevanten Bereich bereits an einen Bestandspartner aus der Branche „Lebensmitteleinzelhandel“ sowie „Lieferdienste und Online Shops für Lebensmittel“ vermarktet haben (Stichtag 01.04.2026), so wird diesem Partner Bestandsschutz bis zur Beendigung der jeweils laufenden Vertragslaufzeit zwischen Club und Partner, spätestens bis zum 30.06.2027 gewährt.

Die Produktions- und Umbrandingkosten für die jeweiligen Flächen werden durch den Club mit Heimspielrecht getragen. Die Werbemittelproduktion erfolgt jeweils durch den Ausrichter.

2.4 Werbeflächenbelegung Naming Right Partner

Der Naming Right-Partner ist während der Vertragslaufzeit in der (Weiter-) Vermarktung der nachfolgenden Werbeflächen für den BBL Pokal frei und damit berechtigt, diese Werbeflächen selbst zu belegen oder diese ganzheitlich oder individuell an Dritte zu veräußern unter Berücksichtigung der in 2.3 aufgeführten Exklusivitäten.

- Mittelkreis zur Nutzung des Co-branded BBL Pokal-Logos
- Sämtliche vier Baselinebrandings
- Sämtliche vier Werbeflächen „Zone“
- Je eine von zwei Werbeflächen an der Shotclock
- 33% der Werbezeit der LED-Banden im TV-U (z.B. vier von zwölf LED-Banden-Sequenzen)
- 2.LED-Bandenreihe inkl. 33% der Werbezeit (z.B. vier von zwölf LED-Banden-Sequenzen)
- Zwei Bodenwerbeflächen Court zur Kommunikation des BBL Pokals
- 3 Videospots zu je 30sek über den Videowürfel (1x während der Aufwärmphase vor Spielbeginn, 1x in der Halbzeit und 1x nach Spielende)

Als Aktivierungsmaßnahme hat der Naming Right Partner das Recht, On- und Off-Court Promotions in der Halbzeit bei jedem Pokalspiel durchzuführen; ein oder mehrere Maskottchen für den Pokal zu entwickeln und im Rahmen aller Pokalspiele einzusetzen oder sog. "Ticket-Upgrades" von Public auf VIP-/Courtside Plätze (aus dem bestehenden Ticket-Kontingent) vor Ort durchzuführen (Umsetzung erfolgt nach Rücksprache durch den Heimclub).

2.5 Werbeflächenbelegung BBL

Die BBL ist in der (Weiter-) Vermarktung der nachfolgenden Werbeflächen für den BBL Pokal frei und damit berechtigt diese Werbeflächen selbst zu belegen oder diese ganzheitlich oder individuell an Dritte zu veräußern unter Berücksichtigung der in 2.3 aufgeführten Exklusivitäten.

- Je eine von zwei Werbeflächen an der Shotclock
- 33% der Werbezeit der LED-Banden im TV-U (z.B. vier von zwölf LED-Banden-Sequenzen)

- 2.LED-Bandenreihe inkl. 33% der Werbezeit (z.B. vier von zwölf LED-Banden-Sequenzen)
- Eine Ganzseitige Anzeige (Print insofern vorhanden oder Digital)
- Vier Spots (je 30 Sek., ab Einlauf der Mannschaften zur offiziellen Pre-Game-Phase bis Spielbeginn)
- Ringsteg, Spielbrett und obere Brettkante
- 50% der Werbeflächen auf dem offiziellen TV-Interview-Backdrop des BBL Pokals (die Kosten für das Branding trägt der jeweilige Club)
- Vier Promotionstände (pro Spiel)
- Durchführung von mind. einem Gewinnspiel auf dem Spielfeld (pro Spiel)
- Schiedsrichterbekleidung
- Spielball und Ballsäule/Stele (entsprechend der Umsetzung in den Marketing- und Medienrichtlinien)

3 MEDIEN

3.1 PR-Maßnahmen, Sponsorenboards (Off air), TV-Interview Backdrop (On air)

Im Rahmen von direkt mit dem BBL Pokal in Verbindung stehenden PR-Auftritten ist das offizielle BBL Pokal-Logo an geeigneter, gut wahrnehmbarer Stelle zu platzieren.

Auf Sponsorenboards, insbesondere in der Mixed-Zone und bei Pressekonferenzen, ist das offizielle BBL Pokal-Logo an geeigneter, gut wahrnehmbarer Stelle zu platzieren.

Die Clubs erhalten auf den offiziellen TV-Interview-Backdrops der BBL einen Werbeflächenanteil von 50% der Werbeflächen in Anlehnung des finalen Designs des Backdrops zur freien Vermarktung. Die Rückseite des Backdrop darf der Klub mit seinem Klub-Logo belegen oder an Partner vermarkten (außer alle Spiele des TOP FOUR). Die Umsetzung muss zwingend final durch die BBL freigegeben werden. Die jeweilige Heimmannschaft ist dazu verpflichtet und dafür verantwortlich, dass der TV-Interview-Backdrop bei den Übertragungen dem TV-Erstverwerter zur Verfügung gestellt wird. Näheres regelt das TV-Pflichtenheft.

3.2 Digitale Plattformen

Auf den von den teilnehmenden Clubs betriebenen offiziellen Websites bzw. Auftritten auf dritten digitalen Plattformen sind folgende Maßnahmen abweichend der easyCredit BBL-Marketing- und Medienrichtlinien umzusetzen:

Website:

Werbebanner / Werbecontainer: Von der BBL zur Verfügung gestellte Werbebanner bzw. -container sind spätestens zwei Wochen vor einem Pokalspieltag prominent einzubinden.

Social Media:

Verpflichtende Nutzung des BBL Pokal-Logos und des BBL Pokal-Hashtags in allen pokalbezogenen Posts

3.3 BBL-Aktivierungsmaßnahmen

Im Zuge der Bewerbung des TOP FOUR-Events sowie im Rahmen des Events sind nachfolgende konkrete Aktivierungsmaßnahmen nach Maßgaben der BBL verpflichtend umzusetzen bzw. zu ermöglichen:

- a) Einbindung einer Aktivierungsmaßnahme (wie bspw. Historische Pokalmomente o.ä.) in einem regelmäßigen Rhythmus. Die dafür von den Klubs zu verwendenden Plattformen und Social Media-Kanäle werden im Vorfeld in Absprache mit der BBL entsprechend des jeweiligen Konzeptes bestimmt.
- b) Die Klubs ermöglichen und unterstützen nach Rücksprache mit der BBL die Produktion von spezifischen Contentformaten (bspw. After Movies, Interviews, Behind the Scenes etc. oder anderweitige Arten der Vor Ort-Spielbegleitung über Social Media) im Rahmen des Eventwochenendes. Sofern der Trainings- und Spielbetrieb nicht durch die geplanten Maßnahmen beeinträchtigt wird, ist ebenfalls der Zugriff auf Spieler, Trainer und/oder Vereinsfunktionäre zu ermöglichen. Außerdem gewährt der Klub der BBL sowie dem BBL Partner Dyn Media Behind The Scenes-Einblicke (z. B. Teamkabine, Mannschaftsbus, Trainingslokalität etc.).

- c) Die Klubs beteiligen sich an von der BBL geplanten Kampagnen, zum Beispiel zu besonderen Spielen gem. Abs. 14, gesellschaftlichen oder Lifestyle-Themen, in ausreichendem Maße über ihre medialen Kanäle und nehmen die inhaltlichen Schwerpunkte und/oder zur Verfügung gestellten Assets in ihre eigene Kommunikation auf. Über die geplanten Maßnahmen wird die BBL jeweils zeitnah informieren und entsprechende Assets an einem zentralen Ort zur Verfügung stellen.

4 STANDARDS

4.1 Wettbewerbslogo auf Spielbekleidung, Teamwear und Merchandise-Artikeln

Das durch die BBL GmbH vorgegebene BBL Pokal-Logo ist entsprechend Punkt 6.4 der BBL-Standards anstelle des Ligalogos auf der Vorderseite des Spielhemdes anzubringen.

Das Tragen eines Trikots mit dem Pokallogo auf der Vorderseite des Spielhemdes gilt verpflichtend für alle teilnehmenden Clubs ab der 1. Runde, sofern ein Namingright-Partner des BBL Pokals vorhanden ist. Ab dem Achtelfinale besteht die Pflicht aber in jedem Fall. Zur Klarstellung wird festgehalten, dass die Clubs der ProA ihre Trikot- und Hosenwerbeflächen im Pokalwettbewerb analog den jeweils gültigen Liga-Richtlinien der ProA umsetzen dürfen.

Sofern von den Clubs auf den Pokalwettbewerb bezogene Teamwear und/oder darauf bezogenes Merchandise produziert wird, ist das BBL Pokal-Logo mit einer Größe von mindestens 75% des Vereinslogos prominent zu platzieren.

4.2 Verwendung von Pokalsternen auf der Vorderseite des Spielhemdes

Pokalsterne dürfen von teilnehmenden Clubs ausschließlich für errungene BBL Pokalsieger-Titel (nicht Meisterschaft!) seit Bestehen der Basketball Bundesliga verwendet werden. Diese dürfen sie in Form von Sternen ausschließlich auf der Vorderseite ihrer Spielhemden anbringen. Üblicherweise werden die Pokalsterne über dem Vereinswappen, in Ausnahmefällen auch darunter oder auf dem Ärmel des Trikots, angebracht. Die Farbe der Pokalsterne ist hauptsächlich Gold oder

Gelb; aus optischen Gründen dürfen die Pokalsterne auch den jeweiligen Vereinsfarben angepasst werden. Die Verwendung von Pokalsternen ist nach folgenden Kriterien zulässig:

- einer bis drei BBL Pokalsieger-Titel: ein Stern
- vier bis sechs BBL Pokalsieger-Titel: zwei Sterne
- sieben bis neun BBL Pokalsieger-Titel: drei Sterne
- zehn bis zwölf BBL Pokalsieger-Titel: vier Sterne
- ab 13 BBL Pokalsieger-Titeln: fünf Sterne.

Die Verwendung von Pokalsternen ist durch die BBL GmbH genehmigungspflichtig.

4.3 Pre-Game-Ablauf/Event-Ablauf

Für die Spiele des BBL Pokals gilt generell der aus den Standards Punkt 4.7.2 bekannte Pre-Game-Ablauf mit Ausnahme der abzuspielenden Spots bzw. Trailer. Bei allen BBL Pokal-Spielen (ausgenommen TOP FOUR) muss ein einheitlicher Ablauf der offiziellen Pre-Game-Phase wie folgt eingehalten werden (exemplarische Darstellung bei Spielbeginn 20:00 Uhr):

Uhrzeit	Zeitpunkt	Ablauf
19:00:00	+ 60 Minuten	Start Hauptspieluhr. Runterlaufen des Countdowns zum Spielbeginn
19:28:30	+ 31:30 Minuten	Spot (Namingright-Partner), Dauer: 30 Sekunden
19:29:00	+ 31:00 Minuten	Einlaufen des Gastvereins mit Lautsprecherankündigung
19:29:30	+ 30:30 Minuten	Einlaufen des Heimvereins mit Lautsprecherankündigung
19:51:28	+ 8:32 Minuten	Ertönen des Signals, Spieler verlassen das Spielfeld

19:51:30	+ 8:30 Minuten	Spot (Namingright-Partner), Dauer: 30 Sekunden
19:52:00	+ 8:00 Minuten	Vorstellung der Schiedsrichter & des Kommissars (ohne akad. Titel!)
19:52:30	+ 7:30 Minuten	Vorstellung des Gastvereins in numerischer Reihenfolge (dies hat in einer wertigen Form zu geschehen)
19:53:00	+ 7:00 Minuten	Vorstellung des Heimvereins in numerischer Reihenfolge
19:57:00	+ 3:00 Minuten	Start letzte Aufwärmphase
19:58:30	+ 1:30 Minuten	Ertönen des Signals, Spieler verlassen das Spielfeld
19:58:30	+ 1:30 Minuten	Präsentation der Starting Fives, Gastverein zuerst
19:59:30	+ 0:30 Minuten	Spieler betreten zum Sprungball das Spielfeld
19:59:30	+ 0:30 Minuten	BBL Pokal-Trailer, Dauer: 30 Sekunden
20:00:00	+ 0:00 Minuten	Tip-Off

Ein schriftlich fixierter Ablaufplan muss dem Gastverein und dem BBL-Kommissar nur dann spätestens 75 Minuten vor Spielbeginn zur Verfügung gestellt werden, wenn vom Standardablauf abgewichen wird. Dies bedarf der vorherigen Genehmigung durch die BBL GmbH. Der XXX BBL Pokal- Trailer ist weiterhin verpflichtend wie folgt zu verwenden:

Zeitpunkt	Ablauf
0:15 Minuten vor Beginn des 2. Viertels	BBL Pokal-Trailer, Dauer: 15 Sekunden
0:30 Minuten vor Beginn des 3. Viertels	BBL Pokal-Trailer, Dauer: 30 Sekunden

0:15 Minuten vor Beginn des 4. Viertels	BBL Pokal-Trailer, Dauer: 15 Sekunden
0:15 Minuten vor Beginn des jeder Verl.	BBL Pokal-Trailer, Dauer: 15 Sekunden
nach Ertönen des Schlusssignals	BBL Pokal-Trailer, Dauer: 30 Sekunden

Weiterhin sind im Zeitraum ab Einlauf der Mannschaften zur offiziellen Pre-Game-Phase bis Spielbeginn vier Spots von BBL-Partnern mit einer Länge von jeweils max. 30 Sekunden abzuspielen.

Das Abspielen des BBL Pokal-Trailers zu weiteren als den obligatorischen Zeitpunkten ist möglich. Beim Abspielen ist immer darauf zu achten, dass dies in einer adäquaten und gut wahrnehmbaren Lautstärke erfolgt. Während des Abspielens sind Lautsprecherdurchsagen bzw. andere Musikeinspielungen nicht zulässig.

4.4 Anschreibertisch

Ergänzend zu den Standards (Punkt 3.3) gelten bei Pokalspielen folgende Regelungen:

Neben dem 24-Sekunden-Zeitnehmer sind bei Bedarf in Absprache mit der BBL Sitzplätze am Anschreibertisch für einen BBL-Moderator sowie einen BBL-Regisseur zu ergänzen.

4.5 Arbeitskarten und Parkplätze

In Absprache mit der BBL sind Arbeitskarten (Akkreditierungen) und Parkplätze für Mitarbeiter der BBL und BBL-Partner z.B. für Promotion-Zwecke (Hallenzugang ohne Sitzplatzanspruch) zur Verfügung zu stellen. In jedem Fall sind pro Pokalspiel (inkl. TOP FOUR) jeweils zwei Arbeitskarten (Akkreditierungen) mit Zugang zu allen Bereichen (inkl. VIP) für den Naming Right Partner und dessen potentiellen Umsetzungen vor Ort bereitzustellen. Bei der Ausrichtung des TOP FOUR erhalten ausgewählte BBL-Mitarbeiter in Absprache mit dem Ausrichter Weisungsbefugnis gegenüber dem Sicherheitspersonal (z.B. Siegerehrung).

5 TICKETING

Die in den Standards unter Ziffer 7 aufgeführten Regelungen zu „Eintrittskarten, VIP-Bereich“ sind auch für Pokalspiele mit folgenden Abweichungen anzuwenden.

Für das TOP FOUR gelten gesonderte Regelungen (Siehe Punkt 7.1)

5.1 Freikarten (VIP und Public)

Für Partner, Ehrengäste und Clubvertreter der BBL GmbH und Funktionsträger des DBB werden vom Heimclub folgende Sitzplatzkarten kostenfrei zur Verfügung gestellt:

- Pro Spiel 10 Sitzplatzkarten der besten Kategorie sowie weitere 50 Sitzplatzkarten in einer mittleren Kategorie (davon 40 für den Namingright Partner).
- Pro Spiel 30 VIP-Karten (davon 14 für den Namingright Partner)

Die Bestellung des Kartenkontingents ist jeweils frühestmöglich, spätestens vier Wochen (soweit anwendbar) vor dem jeweiligen Spiel von der BBL beim Heimclub abzurufen. Das Kartenkontingent wird von der BBL GmbH verwaltet und zugeteilt. Die Platzierung der Karten ist vom Heimclub rechtzeitig vor dem offiziellen Verkauf mit der BBL GmbH abzustimmen.

Die Plätze einer Kategorie sind als zusammenhängende Plätze (je mindestens acht aneinandergrenzende Plätze) und in einem Block oder direkt benachbarten Blöcken bereitzustellen.

6 PARKPLÄTZE AN DER ARENA

Die BBL GmbH erhält bei jedem Spiel pro zwei VIP-Tickets einen Parkplatz in unmittelbarer Nähe der Arena.

7 SONDERREGELUNGEN BEIM TOP FOUR

7.1 Ticketing

7.1.1 Freikarten

Für Partner, Ehrengäste und Clubvertreter der BBL GmbH und Funktionsträger des DBB werden vom Heimclub folgende Sitzplatzkarten kostenfrei zur Verfügung gestellt:

- Pro Spiel 100 Sitzplatzkarten der besten/zweitbesten Kategorie sowie weitere 100 Sitzplatzkarten in einer mittleren Kategorie.
- Pro Spiel 150 VIP-Karten (Tickets bester Kategorie inkl. VIP-Zugang)

7.1.2 Karten für die Gastclubs

Jedem Gastclub sind 10% - jedoch mindestens 600 - der vorhandenen Zuschauendenplätze anzubieten. Die Plätze einer Kategorie sind zusammenhängend (je mindestens acht aneinandergrenzende Plätze) und in einem Block oder direkt benachbarten Blöcken bereitzustellen. Die Karten für die Gastclubs sind nach Möglichkeit in einem dem Spielfeldrand angrenzenden Block zu platzieren. Der Ausrichter muss eine gleichmäßige Behandlung aller teilnehmenden Clubs gewährleisten, die finale Einteilung sowie die Deadlines zur Abnahme der Tickets werden in Absprache mit dem Veranstalter BBL GmbH festgelegt.

Die Gastclubs haben die Möglichkeit diese Tickets bis zwei Wochen nach Festlegung und Kommunikation der Ticketpreise verbindlich beim Ausrichtenden abzunehmen. Nicht abgerufene Tickets gehen danach wieder zur freien Verfügung an den Ausrichtenden. Der Ausrichter stellt den Gastclubs das Ticket-Kontingent zur Verfügung - für die operative Abwicklung der Ticket-Bestellungen (Verteilung an Fans etc.) sind die Gastclubs zuständig, sofern keine geeignetere Lösung (z.B. gemeinsamer Online-Shop) zwischen den Clubs gefunden werden kann.

7.2 Werbemaßnahmen

7.2.1 Arena & Umfeld

Die BBL GmbH koordiniert in Absprache mit dem Ausrichter beim TOP FOUR sämtliche Werbeflächenbelegungen, die über die im Punkt 2. Marketing genannten Flächen hinausgehen (z.B. Spots, Pausenaktivierungen, Promotionstände).

Grundsätzlich ist die Arena beim TOP FOUR werbefrei zu übergeben. Sämtliche Flächen des Ausrichters, die nicht den genannten Flächen unter Punkt 2. Marketing zugeordnet sind, müssen neutralisiert werden („Clean Arena“). Dies gilt sowohl für Flächen im Halleninnenraum als auch im Umlauf und Außenbereich der Arena (betrifft z.B. aber nicht abschließend: Sponsorenflächen im Halleninnenraum, -umlauf und -außenbereich die nicht Punkt 2 zugeordnet sind, Meisterbanner, Retired Jerseys etc.). Sollte die 2. Bandenreihe keine LED-Bandenreihe sein, muss beim TOP FOUR auch diese neutralisiert werden und kann von der BBL für die Eventbewerbung genutzt werden.

7.2.2 Bewerbung

Die Verwendung des von der BBL GmbH entworfenen Event-Logos ist in der Kommunikation des TOP FOUR für den Ausrichter verpflichtend einzusetzen.

Die kommunikativen Aktivitäten und Aktionen zur Bewerbung des TOP FOUR müssen im Vorfeld eng zwischen dem Ausrichter und der BBL GmbH besprochen und deren Umsetzung entsprechend abgestimmt werden.

7.3 Sonstiges

7.3.1 Erweiterte Medienrichtlinien zum TOP FOUR

Abweichend zu den Medienrichtlinien (Punkt 13.3) gelten bei einem TOP FOUR folgende Regelungen:

In der Arena richtet der Ausrichter eine Pressetribüne und einen Pressebereich ein, von dem die Medienvertreter die Spiele ohne Sichteinschränkung verfolgen können. Es müssen mindestens 40 Presse-Tischarbeitsplätze (inkl. Strom- & Internetanschluss) zur Verfügung stehen.

Die Akkreditierung und die finale Entscheidung über die Akkreditierungs-Gewährung obliegt der BBL. Der Ausrichter stellt Medienvertretern und BBL-Mitarbeitern eine separate Internetleitung (LAN & WLAN) zur Verfügung. Die Upload-Geschwindigkeit für die Datenübertragung muss mindestens 50 Mbit/s betragen.

Der Ausrichter stellt mindestens einen Mitarbeiter ab, der in Absprache mit der BBL die Pressebetreuung während des TOP FOUR vornimmt. Die BBL organisiert und legt die Leitung der Pressekonferenz fest.

7.3.2 Personal

Beim TOP FOUR behält sich die BBL GmbH den Einsatz eines neutralen Hallensprechers sowie eines Regisseurs vor. Diese werden die Moderation und Koordination ausgewählter Inhalte übernehmen (z.B. Pokalpräsentation, Siegerehrung, Partneraktionen) sowie in Abstimmung mit dem jeweiligen Club unterstützend beim Spiel zur Verfügung stehen.

Beim TOP FOUR ist der Ausrichter dazu angehalten, in Absprache und Umsetzung mit der BBL, einen hochwertigen Showact (z.B. Musiker, Artisten, Laser-show, Courtmapping o.ä.) in das Rahmenprogramm zu integrieren.

Der Ausrichter des TOP FOUR gewährleistet eine gleichwertige Mannschaftsvorstellung des Heim- und Auswärtsteams (Dauer, Licht, Technik).

Eine Pokalpräsentation sowie das Vortragen der deutschen Nationalhymne sind vor dem Pokalfinale obligatorisch. Die Umsetzung erfolgt nach Vorgaben und in Abstimmung mit der BBL GmbH. Spieler und Mannschaftsbegleiter müssen sich während der Nationalhymne respektvoll verhalten, insbesondere ist untersagt, die Hände in den Hosentaschen zu halten, Kaugummi zu kauen, umherzugehen oder sich zu unterhalten. Der Ausrichter des TOP FOUR ist für die ordnungsgemäße Durchführung der Siegerehrung unmittelbar nach Ende des Spiels verantwortlich. Hierfür maßgeblich sind die von der BBL GmbH festgelegten Abläufe. Hierzu gehören insbesondere

- eine Hallenverfügbarkeit am Finaltag vor Hallenöffnung (mindestens eine Stunde am Finaltag) für Licht-, Technikchecks sowie diverse Stellproben inkl. dem dafür benötigten (Aufbau-)Personal und Stage Hands
- die kostenlose Stellung eines verschließbaren Abstellraums für Equipment sowie eines Produktionsbüros mit mindestens sechs (6) Tisch-Arbeitsplätzen

inkl. LAN-Anschluss. Beide Räume müssen sich in unmittelbarer Nähe zum Spielfeld befinden.

- die Aufstellung der Bundesligisten auf dem Spielfeld,
- die Stellung eines Podests mit den Maßen sechs (6) mal zwei (2) Meter in Abstimmung mit der BBL,
- die Freihaltung des Spielfeldes von Zuschauern und unbefugten Personen inklusive der Absicherung der Fotozone mit mindestens vier Sicherheitskräften,
- eine einwandfreie akustische Durchsagemöglichkeit sowie
- die Stellung einer Flitterkanone inkl. Flittermaterial inklusive dafür erforderlichem Personal.

Die BBL GmbH stellt dem Ausrichter jeweils rechtzeitig vor der Veranstaltung einen Ablauf- und Stellplan zur Verfügung.

7.3.3 Medialisierung des Events

Um die mediale Aufmerksamkeit für das TOP FOUR-Event langfristig steigern zu können, sollen nachfolgende Maßnahmen zu einer besseren Planbarkeit und Durchführung von PR-Maßnahmen dienen sowie so zu einer erhöhten medialen Präsenz beitragen können.

- a) Teamhotel, Anreise und Verfügbarkeiten vor Ort:
Alle vier teilnehmenden Teams werden 2027 und 2028 verpflichtend im offiziellen Teamhotel ("Leonardo Royal München", Moosacher Straße) für 149,00€ pro Zimmer/Nacht (inkl. Frühstück) untergebracht. Die Übernachtungskosten sowie weitere Ausgaben (Essen, Snacks, Hotelextras) sind durch die Clubs zu tragen. Die Anreise der Teams wird so geplant, dass Spieler, Trainer und/oder Funktionäre spätestens ab Donnerstagabend für mediale und eventbezogene Termine zur Verfügung stehen. Zudem ist die Anreise aller vier Teams zur Spielstätte mit dem Teambus vorgesehen, um eine ganzheitliche mediale Berichterstattung zu gewährleisten.
- b) Tip Off-Presskonferenz: Am Vortag der beiden Halbfinalspiele kann eine Presskonferenz mit allen teilnehmenden Klubs sowie der Liga stattfinden. Die Räumlichkeit für die Ausrichtung der Presskonferenz wird gemeinsam zwischen ausrichtendem Klub und der Liga abgestimmt. Es sollten von allen vier Klubs mindestens ein Spieler, ein Trainer und/oder ein Klubfunktionär teilnehmen. Die Einladung, Ausgestaltung sowie weitere konzeptionelle und

organisatorische Aufgaben werden von der BBL GmbH sowie Dyn Media übernommen und frühzeitig an die teilnehmenden Klubs kommuniziert.

- c) Medientraining: Am Vortag der beiden Halbfinalspiele findet ein Medientraining inklusive Mixed Zone mit allen teilnehmenden Klubs statt. Die Einladung, Ausgestaltung sowie weitere konzeptionelle und organisatorische Aufgaben werden von der BBL GmbH sowie Dyn Media übernommen und frühzeitig an die teilnehmenden Klubs kommuniziert.

7.3.4 TV-„Studio“ / -„Fläche“

Nach Rücksprache mit der BBL GmbH und Dyn Media ist der ausrichtende Klub darum bemüht, dass für den Medienpartner Dyn ein eigenes TV-Studio mit Blick auf das Spielfeld oder eine ähnliche Fläche in Spielfeldnähe eingerichtet werden kann.

7.4 Aktivierungsmaßnahmen Naming Right Partner

Jeder am TOP FOUR teilnehmende Club stellt der BBL für den Naming Right Partner nach vorheriger Anfrage jeweils vier signierte Trikots kostenfrei zur Verfügung.

Der Naming Right Partner hat das Recht, Einlaufkinder (inkl. von ihm zur Verfügung gestellter, gebrandeter Kleidung) bei allen Spielen des TOP FOUR zu stellen. Die genaue Umsetzung wird im Vorfeld zwischen den Parteien abgestimmt.

Der Naming Right Partner hat das Recht, bei der Siegerehrung des TOP FOUR mit einer (oder mehreren) Person(en) aus dem gehobenen Management einbezogen zu werden. Darüber hinaus wird die Verleihung eines mit dem Naming Right Partner gemeinsam präsentierten Award (z.B. "Netto MVP des TOP FOUR") vorgenommen.

Der Naming Right Partner hat das Recht, einen Familienblock beim TOP FOUR umzusetzen und zu branden. Hierfür erhält der Naming Right Partner ein Vorkaufsrecht auf weitere 100x Public Tickets zu einem Vorzugspreis für den entsprechenden Block. Darüber hinaus darf der Naming Right Partner Goodie Bags für alle Zuschauer, Spieler und offizielle Akteure beim TOP FOUR bereitstellen.

Der Ausrichter des TOP FOUR hat in Absprache mit der BBL pro Veranstaltungstag für den Naming Right Partner jeweils einmal eine sog. "Behind the Scenes"

Tour zu ermöglichen. Die genaue Umsetzung wird im Vorfeld zwischen den Parteien abgestimmt.

Der Naming Right Partner hat das Recht, eine Pregame Show beim Finale des TOP FOUR abzuhalten. Über die genaue Umsetzung wird sich frühzeitig im Vorfeld abgestimmt.

8 STRAFEN BEI VERSTÖSSEN

Die Einhaltung dieser Vorschriften wird durch den BBL-Kommissar oder einen Vertreter der BBL GmbH überwacht.

Die erteilten Genehmigungen für die bei einem Spiel zum Einsatz kommenden Werbungen sind dem eingesetzten BBL-Kommissar vor Spielbeginn vorzulegen.

Bei Verstoß gegen diese Vorschriften erfolgt eine Bestrafung des Clubs durch die BBL GmbH gemäß des gültigen BBL-Strafenkatalogs.

In begründeten Fällen kann daneben die erteilte Genehmigung gekündigt und zurückgezogen werden. Strafen gegen Schiedsrichter können nur von den zuständigen Schiedsrichterinstanzen verhängt werden.

Köln, 12. Juni 2026

Basketball Bundesliga GmbH

Dr. Stefan Holz | Geschäftsführer