



4. Werberegulativ

Art. 1 Geltungsbereich.....	4
Art. 2 Zulassung von Werbung auf der Ausrüstung und in sportlichen Anlagen.....	4
Art. 2.1.....	4
Art. 2.2.....	4
Art. 3 Verbote betreffend den Inhalt von Werbung.....	4
Art. 3.1.....	4
Art. 3.2.....	4
Art. 3.3.....	4
Art. 3.4.....	4
Art. 3.5.....	4
Art. 3.6.....	5
Art. 4 Werbung auf der Ausrüstung.....	5
Art. 4.1 Ausrüstung von Feldspielern und Torhütern im Training.....	5
Art. 4.2 Ausrüstung von Feldspielern.....	5
A. Vorbemerkung.....	11
B. Spielerleibchen.....	5
Vorbemerkungen.....	12
Rückseite.....	10
Vorderseite.....	10
Ärmel.....	10
Kragen.....	10
C. Spieler-Hosen.....	7
Vorbemerkungen.....	12
Seiten.....	10
Vorne.....	8
Hinten.....	8
D. Helm.....	7
Vorbemerkung.....	8
Vorne.....	8
Seiten.....	10
Hinten.....	8
Oben.....	8
E. Stulpen.....	8
Vorbemerkung.....	8



4. Werberegulativ

Unterschenkel.....	8
Knie.....	8
F. Stöcke der Feldspieler.....	8
G. Pucks.....	8
H. Schlittschuhe.....	9
I. Halsschutz.....	9
K. Kapitän / Dress und Helm.....	9
L. Top Skorer / Dress und Helm.....	9
Art. 4.3 Ausrüstung von Torhütern im Spiel.....	9
A. Helm.....	9
B. Stockhandschuhe.....	9
Art. 5 Ausrüstung von Schiedsrichtern im Spiel.....	9
A. Vorbemerkung.....	11
B. Schiedsrichter-Leibchen (Head und Linesmen).....	9
Rückseite.....	10
Vorderseite.....	10
Schulter.....	10
Kragen.....	10
C. Schiedsrichter-Leibchen (Linesmen).....	10
Ärmel.....	10
D. Schiedsrichter-Hose.....	10
Seiten.....	10
E. Schiedsrichter-Helm.....	10
1 Vorne.....	10
2 Seiten.....	10
3 Hinten.....	10
4 Oben.....	10
Art. 6 Werbung in sportlichen Anlagen.....	11
Art. 6.1 Zur Verfügung stehende Flächen.....	11
A. Eisoberfläche.....	11
B. Oberfläche der Banden.....	11
C. Plexiglas-Scheiben.....	11
D. Fangnetze.....	11
E. Flächen auf der Resultat-/Spielzeit- bzw. Strafzeittafel.....	11



4. Werberegulativ

F. Flächen auf der Totomat-Tafel.....	11
G. Flächen hinter den Spieler- bzw. Strafbänken.....	11
H. Übrige Flächen.....	11
Art. 6.2 Eisoberfläche.....	11
A. Vorbemerkung.....	11
B. Anspielkreise in den Verteidigungs- bzw. Angriffsdritteln.....	11
C. Mittelkreis links und rechts der roten Mittellinie.....	12
Vorbemerkungen.....	12
Gestaltung.....	12
D. Zusätzliche Werbeflächen.....	13
Art. 6.3 Oberfläche der Banden rund um das Spielfeld.....	13
Art. 6.4 Plexiglas- / Glas-Scheiben rund um das Spielfeld.....	13
Art. 6.5 Fangnetze hinter beiden Toren.....	14
Art. 7 Streitigkeiten und Zuwiderhandlungen.....	14
Sanktion bei Missachtung der Vorschriften.....	14
Art. 8 Inkrafttreten.....	14
Merkblatt Leistungen / Pflichten Captain-Dress / Helm.....	14
Skizzen Spieler-Trikot / Hosenüberzug.....	15



4. Werberegulativ

Art. 1 Geltungsbereich

Das vorliegende Regulativ gilt für alle Eishockey-Organisationen / -Clubs (im folgenden Clubs genannt), die Mitglied des Nachwuchs- und Amateursports und damit indirekt Mitglied bei der SIHF sind und für alle sportlichen Anlagen in der Schweiz, auf welchen Eishockeyspiele unter der Oberaufsicht des Nachwuchs und Amateursports ausgetragen werden.

Art. 2 Zulassung von Werbung auf der Ausrüstung und in sportlichen Anlagen

Art. 2.1

Unter den ausdrücklichen Vorbehalten,

- dass die im vorliegenden Regulativ enthaltenen Vorschriften vollständig eingehalten sind,
- die Eigentümer und/oder die Betreiber der Eisbahn keine Auflagen machen, welche den Spielraum dieses Regulativs einschränken,
- die Vorschriften von kantonalen und/oder lokalen Behörden keine weitergehenden Restriktionen für Werbung bei Sportveranstaltungen vorsehen, ist es den interessierten Clubs gestattet, auf der Ausrüstung und in den sportlichen Anlagen Werbung zu Gunsten von Dritten gegen Entgelt zu betreiben.

Art. 2.2

- Diese Zulassungsvorschriften gelten für sämtliche Spiele (Vorbereitungs-, Trainings-, Freundschafts-, Turnier- und Meisterschaftsspiele) und für alle sportlichen Anlagen in der Schweiz, auf welchen Spiele mit Beteiligung von Mitgliedern des NAS ausgetragen werden.

Art. 3 Verbote betreffend den Inhalt von Werbung

Art. 3.1

Jede direkte (auf der Ausrüstung und in den sportlichen Anlagen) und indirekte (über den Stadionlautsprecher, mit mobilen Werbeträgern auf und/oder neben der Eisfläche) Werbung mit anstössigem, politischem oder religiösem Inhalt ist untersagt.

Art. 3.2

Als anstössige Werbung gilt insbesondere die Werbung für allgemeine Suchtmittel und Medikamente, Werbung rassistischen oder sexistischen Inhalts sowie Werbung, die gegen die gute Sitte und die Moral verstösst.

Art. 3.3

Die Werbung in sportlichen Anlagen für Alkohol und Nikotin unterliegt den Vorschriften der eidgenössischen, kantonalen und kommunalen Behörden.

Art. 3.4

Die Werbung auf der Ausrüstung für gebranntes Wasser, Nikotin und Erotika ist nicht erlaubt.

Art. 3.5



4. Werberegulativ

In Fällen, wo seitens eines Clubs Zweifel bestehen, ob eine Werbung zugelassen oder verboten ist, entscheidet das Nachwuchs- und Amateursport Committee (NAC) oder die von ihm bezeichnete Stelle auf Anfrage des Clubs endgültig.

Art. 3.6

Gemäss Bundesgesetz betreffend die Lotterien und die gewerbmässigen Wetten ist es verboten, Werbung für ausländische Lotterie- und Wettanbieter zu machen. Dieses Verbot gilt für Organisationen, die sich als Helfer für die Verbreitung solcher Werbebotschaften zur Verfügung stellen, ebenso sehr wie für die Anbieter von Lotterien und gewerbmässigen Wetten.

Art. 4 Werbung auf der Ausrüstung

Art. 4.1 Ausrüstung von Feldspielern und Torhütern im Training

Werbung auf der Trainingsausrüstung von Feldspielern und Torhütern ist erlaubt, sofern diese Ausrüstung ausserhalb der in Artikel 2.2. genannten Spiele benützt wird.

Art. 4.2 Ausrüstung von Feldspielern

A. Vorbemerkung

Alle Spieler tragen auf den zur Verfügung stehenden Flächen jeweils das gleiche Markenzeichen bzw. den gleichen Schriftzug, d.h. die Spieler präsentieren sich in identischer Spielerausrüstung (Ausnahmen siehe Kapitän- und Top Skorer-Dress / Helm sowie Artikel 4, Absatz 3, Ausrüstung von Torhütern).

Die zur Verfügung stehenden Werbeflächen sind im Artikel 4, Absatz 2 B bis Absatz 2 L und als Skizze im Anhang 2 abschliessend definiert. Allfällige Sanktionen bei Missachtung der geltenden Vorschriften sind unter Artikel 7 aufgeführt.

Die so genannte „Ausparung“ gehört nicht zur eigentlichen Sponsorenfläche und ist nicht in der zur Verfügung stehenden Werbefläche enthalten (siehe Skizze „Sponsor mit weisser Ausparung“ im Anhang 2).

B. Spielerleibchen

Vorbemerkungen

Gemäss Artikel 240 des Offiziellen Regelbuchs des IIHF muss das Spieler Leibchen zu ca. 80% in einer Grundfarbe bzw. in einem Farbton (dunkelblau und hellblau = 2 Farben) gehalten sein. Die ca. 80% errechnen sich von der gesamten Leibchenfläche abzüglich die Flächen für Spieler-Nummern (Rücken und Arm), Spieler-Namen und Werbeflächen (Sponsoren).

Die Spieler Leibchen, einschliesslich die Ärmel und Strümpfe, müssen die gleiche Farbe haben.

Es ist gestattet, auf den Home- bzw. auf den Away-Leibchen unterschiedliche Markenzeichen oder Schriftzüge anzubringen.

Sollte das Leibchen-Design ein so genanntes „Band“ aufweisen, so sind folgende Punkte einzuhalten:

- Das „Band“ darf eine maximale Höhe von 25cm aufweisen (siehe Skizze „Band/Kranz unten am Trikot“ im Anhang 2).
- Die Farbe des „Bandes“ gehört nicht zur Verfügung stehenden Werbefläche die sich im „Band“



4. Werberegulativ

befindet.

Die Nummern des Spielers und die allenfalls aufgeführten Namen sind in Kontrastfarben zu halten, d.h. dunkel gegen einen hellen Hintergrund oder umgekehrt sowie in gut lesbaren Zahlen bzw. Schriften. Es dürfen nur Nummern von 1-99 (ganze Zahlen in gleicher Schrift und Ausführung für alle Spieler) verwendet werden. Es ist gestattet, ein Markenzeichen bzw. den Schriftzug des Ausrüsters in die Zahlen der Rückennummer (nicht aber in die Armnummern) zu integrieren; die Lesbarkeit der Spieler-Nummern darf dadurch nicht negativ beeinträchtigt werden.

Rückseite

- Auf der Rückseite des Spieler-Leibchens hat die individuelle Nummer des Spielers im Zentrum zu erscheinen. Die Nummer muss eine Höhe von 25 - 30 cm aufweisen.
 - Folgende Flächen (siehe Skizze im Anhang 2; Sponsor = 1 Markenzeichen oder 1 Schriftzug) können optional genützt werden:
 - Sponsor 1 (unten): Maximale Höhe der Werbung von 20 cm auf der ganzen Leibchenbreite.
 - Sponsor 2 (oben): Maximale Höhe der Werbung von 15 cm auf der ganzen Leibchenbreite.
 - Ausrüster-Logo Maximale Grösse von 20 cm² zentriert unter dem oder -Schriftzug: Kragen.
 - Falls der Name des Spielers auf dem Leibchen getragen wird, hat sich der Name zwischen dem Sponsor und der Rückennummer ober- oder unterhalb der Nummer zu befinden. (siehe Variante 1 oder 2 in der Skizze im Anhang)
- Die Schrift des Spieler-Namens muss eine Höhe von mindestens 6 cm aufweisen.

Vorderseite

- Die Schulterwerbungen links und rechts (Sponsor 3 & 4) stehen für das Anbringen (ggf. Aufnähen) von je einem „Badge“ links und rechts zur Verfügung des Vermarkters des NAS. Die Gestaltung dieser Flächen wird den Clubs - zusammen mit den dafür erforderlichen Unterlagen - vorgegeben. Falls diese Flächen vom Vermarkter belegt werden, wird dies den Clubs jeweils bis spätestens 31.3. für die folgende Saison schriftlich mitgeteilt. Ansondernfalls stehen die beiden Werbeflächen den Clubs zur eigenen Vermarktung frei.
- Folgende Flächen (siehe Skizze im Anhang 2; Sponsor = 1 Markenzeichen oder 1 Schriftzug) können optional genützt werden:
 - Sponsor 3: Schulter links max. 120 cm² / 6.5 cm x 18 cm (unter Vorbehalt der Ligavermarktung, siehe oben)
 - Sponsor 4: Schulter rechts max. 120 cm² / 6.5 cm x 18 cm (unter Vorbehalt der Ligavermarktung, siehe oben)
 - Sponsor 5: Brust links maximal 200 cm²
 - Sponsor 6: Brust rechts maximal 200 cm²
 - Sponsor 7: Bauch max. Höhe 20 cm kann über die gesamte Leibchenbreite gehen (Diese Werbung muss unterhalb der Brustwerbungen (Sponsor 5 & 6) aufgeführt werden.)



4. Werberegulativ

Ärmel

- Auf den Oberarmen (links und rechts) hat die Nummer mit einer Mindesthöhe von 10 cm zu erscheinen. Die Nummer des Spielers muss gut lesbar sein. Die Nummern und die Namen sind in Kontrastfarben, d.h. dunkel gegen einen hellen Hintergrund und umgekehrt, zu halten.
- Folgende Flächen (siehe Skizze im Anhang 2; Sponsor = 1 Markenzeichen oder 1 Schriftzug) können optional genützt werden:
 - Sponsor 8 : Arm links (unterhalb der Nummer) maximal 300 cm²
 - Sponsor 9 : Arm rechts (unterhalb der Nummer) maximal 300 cm²
- Ausrüster-Logo Oberhalb der Nummer maximal 20 cm² oder -Schriftzug:

Kragen

- Folgende Fläche (siehe Skizze im Anhang 2 / Sponsor = 1 Markenzeichen oder 1 Schriftzug) können optional genützt werden:
 - Sponsor 10: Auf dem Kragen einmal oder mehrfach dargestellt rund um den Hals der gleiche Sponsor

C. Spieler-Hosen

Vorbemerkungen

Es ist gestattet, auf der Hose für Heim- bzw. Auswärtsspiele unterschiedliche Markenzeichen oder Schriftzüge anzubringen.

Seiten

- Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf den Seiten links und rechts von maximal 10cm Breite und 30cm Höhe.
- Für die Clubs des NAS sind unterschiedliche Werber links und rechts erlaubt.

Vorne

- Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug links und rechts (d.h. auf den Oberschenkeln) von maximal je 600cm².
- Für die Clubs des NAS sind unterschiedliche Werber links und rechts erlaubt.

Hinten

- Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug links und rechts (d.h. auf den Oberschenkeln am unteren Rand der Hose) von maximal je 300cm².
- Für die Clubs des NSA sind unterschiedliche Werber links und rechts erlaubt.

D. Helm

Vorbemerkung



4. Werberegulativ

Es ist gestattet, auf dem Helm für Heim- bzw. Auswärtsspiele unterschiedliche Markenzeichen oder Schriftzüge anzubringen.

Vorne

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf der Front-Seite von maximal 80cm².

Seiten

- Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf beiden Seiten von maximal je 50cm².
- Für die Clubs der RL sind unterschiedliche Werber links und rechts erlaubt.

Hinten

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf der Rückseite von maximal 80cm².

Oben

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf der Oberseite von maximal 80cm².

E. Stulpen

Vorbemerkung

- Es ist gestattet, auf den Stulpen für Heim- bzw. Auswärtsspiele unterschiedliche Markenzeichen oder Schriftzüge anzubringen.
- Für die Clubs des NAS sind unterschiedliche Werber links und rechts erlaubt.

Unterschenkel

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf beiden Stulpen von maximal je 15cm Höhe unterhalb des Knies.

Knie

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug, vorne und auf der Höhe der Kniescheibe von maximal 50cm².

F. Stöcke der Feldspieler

- Ausserhalb der Markenzeichen der Stock-Produzenten bzw. -Lieferanten ist ein Markenzeichen oder
- Schriftzug von maximal 20 cm Länge auf beiden vertikalen (breiten) Seiten gestattet.

Diese Regelung gilt nur für die Stöcke der Feldspieler. Werbung auf den Stöcken der Torhüter - ausserhalb der Markenzeichen der Stockproduzenten bzw. -Lieferanten - ist nicht erlaubt.

G. Pucks

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf den Laufflächen oben und unten ist erlaubt. Der Aufdruck darf die Sichtbarkeit des Pucks nicht beeinträchtigen. Die für den Aufdruck verwendeten Farben dürfen nicht störend wirken.



4. Werberegulativ

H. Schlittschuhe

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug - ausserhalb der Markenzeichen der Produzenten bzw. Lieferanten - ist erlaubt.

I. Halsschutz

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug - ausserhalb der Markenzeichen der Produzenten bzw. Lieferanten - ist erlaubt.

K. Kapitän / Dress und Helm

Das Kapitän Dress / Helm steht dem NAS zur Verfügung, sofern ein Sponsor oder Vermarkter gefunden wird.

L. Top Skorer / Dress und Helm

Sofern ein Sponsor oder Vermarkter gefunden wird, steht dem NAS für die 1./2. Liga ein Top Skorer Dress/Helm zur Verfügung.

Art. 4.3 Ausrüstung von Torhütern im Spiel

Für die Ausrüstung der Torhüter sind die folgenden besonderen Vorschriften bzw. die folgenden zusätzlichen Flächen für Werbung gegeben

A. Helm

In Ergänzung zu Artikel 4.2. wird festgelegt, dass für Torhüter-Masken, welche das Anbringen von Werbung auf der Frontseite und auf den Seiten links und rechts verunmöglichen, erlaubt ist, auf der Rückseite der Torhüter-Maske ein Markenzeichen oder einen Schriftzug von maximal 210 cm² anzubringen.

B. Stockhandschuhe

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug - ausserhalb der Markenzeichen der Produzenten bzw. Lieferanten - von maximal 600 cm² ist erlaubt.

Art. 5 Ausrüstung von Schiedsrichtern im Spiel

A. Vorbemerkung

- Die im folgenden beschriebenen Werbeflächen auf der Ausrüstung der Schiedsrichter stehen ausschliesslich zur Verfügung des Vermarkters der SIHF. Die Gestaltung dieser Flächen wird der Abteilung Schiedsrichter vorgegeben. Die für die Produktion erforderlichen Unterlagen werden jeweils vor einer Saison zu gegebener Zeit zur Verfügung gestellt.
- Die im Spielbetrieb des NAS eingesetzten Schiedsrichter tragen einheitliche Ausrüstung mit einheitlicher Werbung gemäss Weisungen der Abteilung Schiedsrichter / SIHF.
- Das Anbringen von individueller Werbung und/oder von besonderen Abzeichen auf der Schiedsrichter-Ausrüstung ist nicht gestattet. Zulässig ist lediglich das offizielle Schiedsrichter-Abzeichen der Abteilung Schiedsrichter / SIHF.

B. Schiedsrichter-Leibchen (Head und Linesmen)



4. Werberegulativ

Rückseite

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug von maximal 400cm².

Vorderseite

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug von maximal 400cm².

Schulter

Die Schulteroberflächen links und rechts (innerhalb des Saums) stehen für das Anbringen von je einem "Badge" links und rechts in der Grösse von maximal 200 cm² zur Verfügung der SIHF.

Kragen

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf dem Kragen, einmal oder mehrfach dargestellt - rund um den Hals.

C. Schiedsrichter-Leibchen (Linesmen)

Ärmel

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf den Ärmeln links und rechts von maximal je 200cm²; auf beiden Seiten der gleiche Werbeträger.

D. Schiedsrichter-Hose

Seiten

1. Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf dem Hosen-Oberteil (Höhe Oberschenkel) links und rechts von maximal je 300 cm²; auf beiden Seiten der gleiche Werbeträger.
2. Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf dem Hosen-Unterteil (Höhe Unterschenkel) links und rechts von maximal je 300 cm²; auf beiden Seiten der gleiche Werbeträger.

E. Schiedsrichter-Helm

1 Vorne

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf der Front-Seite von maximal 80cm².

2 Seiten

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf beiden Seiten von maximal je 50cm²; auf beiden Seiten der gleiche Werbeträger.

3 Hinten

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf der Rückseite von maximal 80cm².

4 Oben

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf der Oberseite von maximal 80cm².



4. Werberegulativ

Art. 6 Werbung in sportlichen Anlagen

Art. 6.1 Zur Verfügung stehende Flächen

Auf den folgenden Flächen können Werbeaufschriften angebracht werden

A. Eisoberfläche

- Anspielkreise in den Verteidigungs- bzw. Angriffsdritteln
- Mittelkreis links und rechts der roten Mittellinie

B. Oberfläche der Banden

Rund um das Spielfeld, sowohl gegen innen (gegen das Spielfeld) als auch gegen aussen (gegen die Zuschauer) gerichtet.

C. Plexiglas-Scheiben

Rund um das Spielfeld, sowohl gegen innen (gegen das Spielfeld) als auch gegen aussen (gegen die Zuschauer) gerichtet.

D. Fangnetze

Hinter beiden Toren (nur in Richtung Spielfeld).

E. Flächen auf der Resultat-/Spielzeit- bzw. Strafzeittafel

F. Flächen auf der Totomat-Tafel

G. Flächen hinter den Spieler- bzw. Strafbänken

H. Übrige Flächen

Innerhalb der Anlage, die sich für das Anbringen von Werbeaufschriften eignen.

Art. 6.2 Eisoberfläche

A. Vorbemerkung

- Im Interesse der guten Lesbarkeit der Werbung und im Interesse der Zuschauer (im Stadion und am Fernsehen), welche die Bahn des sich bewegenden Pucks mitverfolgen wollen, dürfen grossflächig keine dunklen Farben für den Hintergrund verwendet werden.
- Die Verwendung von Slogans ist verboten. Die Aufführung einer Telefon-Nummer oder einer Internet-Adresse ist hingegen erlaubt.

B. Anspielkreise in den Verteidigungs- bzw. Angriffsdritteln

- Markenzeichen oder Schriftzüge in den vier Anspielkreise;
- in den vier Anspielkreisen gesamthaft maximal acht Werbeträger, je Anspielkreis maximal vier Werbeträger;



4. Werberegulativ

- Die Markenzeichen oder Schriftzüge sind innerhalb der Anspielkreise so anzuordnen, dass sie die Spielfeld-Markierung (z.B. Anspielpunkte etc.) nicht abdecken bzw. beeinträchtigen; im Zweifelsfall sollen die Gestaltungsabsichten dem NAC bzw. der von ihm bezeichneten Stelle zur Stellungnahme bzw. zum Entscheid unterbreitet werden;
- die Markenzeichen und / oder Schriftzüge können auf der in den Anspielkreisen so zur Verfügung stehenden Fläche beliebig angeordnet werden, z.B. horizontal, vertikal oder diagonal zur Längsbande des Spielfelds.

C. Mittelkreis links und rechts der roten Mittellinie

Vorbemerkungen

Clubs der 1. Liga

Die Werbefläche im Mittelkreis steht grundsätzlich zur Verfügung der RL bzw. des Vermarkters. Die Folien werden den Clubs jeweils vor einer Saison zu gegebener Zeit für den Einbau ins Eis abgegeben. Sollte die RL den Mittelkreis selber beanspruchen, wird dies den Clubs bis spätestens 31.3 (mindestens 1 Jahr im Voraus) für die übernächste Saison schriftlich mitgeteilt. Wenn die RL kein Bedarf für die Vermarktung hat, steht der Mittelkreis für ein Jahr den Clubs zur Verfügung.

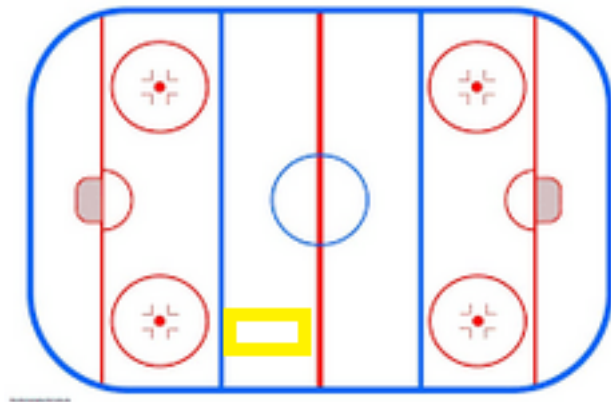
Werbeverträge im Mittelkreis sind deshalb dem NAC zu melden, egal ob diese durch die Clubs oder der Eisbahnen abgeschlossen werden.

Übrige Clubs des NAS:

Die Werbefläche im Mittelkreis steht zur Verfügung der Clubs.

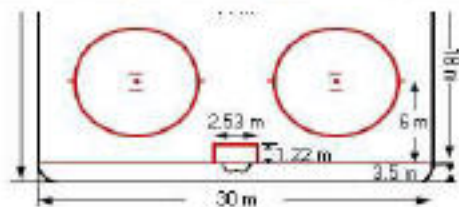
Gestaltung

- Markenzeichen oder ein Schriftzug im Mittelkreis;
- im Mittelkreis sind vier Werbeträger erlaubt;
- das Markenzeichen oder der Schriftzug sind innerhalb des Mittelkreises so anzuordnen, dass sie die Spielfeld-Markierung (z.B. Anspielpunkt etc.) nicht abdecken bzw. beeinträchtigen; im Zweifelsfall sollen die Gestaltungsabsichten dem NAC, bzw. der von ihm bezeichneten Stelle zur Stellungnahme bzw. zum Entscheid unterbreitet werden.
- das Markenzeichen und / oder der Schriftzug können auf der im Mittelkreis so zur Verfügung stehenden Fläche beliebig angeordnet werden, z.B. horizontal, vertikal oder diagonal zur Längsbande des Spielfelds;
- auf das Anbringen der roten Mittellinie innerhalb des Mittelkreises kann verzichtet werden. Anmerkung: Das Anbringen des Club-Logos ist ausserhalb des Mittelkreises, links und rechts der roten Mittellinie, diagonal versetzt innerhalb des Mitteldrittels - maximal zweimal - erlaubt. Die dafür zur Verfügung stehende Fläche ist maximal 3.5m breit und 2.0m hoch. Die Logos sind mit einem Abstand von 6.0m von der Bande jeweils zentriert zwischen der roten und den blauen Linien ins Eis einzusetzen.
- Je eine Werbefläche von 6'250mm Breite und 3000mm Höhe diagonal versetzt links und rechts der roten Mittellinie ist erlaubt (Gesamtfläche 18.75m²).
- Die Unterkante der Werbung - von der Bande her gesehen - hat einen Abstand von 4.0m von der Bande. Die Werbungen werden zentriert zwischen der roten und blauen Linien ins Eis eingesetzt.



D. Zusätzliche Werbeflächen

Hinter den Toren auf der freien Fläche je ein Werbeträger, max. Fläche je hinter dem Tor von 3.5m x 30m gem. visualisierung in den folgenden Skizzen (TOYOTA)



Art. 6.3 Oberfläche der Banden rund um das Spielfeld

Zwischen der unteren Begrenzung der Werbeaufschrift und der Eisoberfläche muss ein Abstand von 20cm eingehalten werden

Art. 6.4 Plexiglas- / Glas-Scheiben rund um das Spielfeld



4. Werberegulativ

- Markenzeichen oder Schriftzüge unmittelbar oberhalb der Oberkante der Spielfeld-Banden;
- ein Streifen von maximal 20cm Höhe entlang der ganzen Plexiglas-Umrandung rund um das Spielfeld, sowohl gegen innen (gegen das Spielfeld) als auch gegen aussen (gegen die Zuschauer) gerichtet;
- entlang von Plexiglas-Scheiben, die sich vor den Strafbänken befinden, darf keine Werbung (gegen innen und gegen aussen gerichtet) angebracht werden;
- es sind maximal vier Werbeträger erlaubt;
- im Fall, dass mehr als ein Werbeträger in Erscheinung treten, können die Markenzeichen oder Schriftzüge in Proportion zu den finanziellen Leistungen der Werbeträger in freier Anordnung angebracht werden.

Art. 6.5 Fangnetze hinter beiden Toren

- Es dürfen nur Fangnetze hinter den Toren, nicht aber Fangnetze seitlich der Tore für das Anbringen von Werbung benützt werden;
- Markenzeichen oder Schriftzüge werden auf den Fangnetzen so angebracht, dass sie nur aus Sicht des Spielfelds lesbar sind;
- je Fangnetz sind maximal zwei Werbeträger, gesamthaft maximal vier Werbeträger erlaubt;
- ab Oberkante der Plexiglas-Abschrankung muss 1m Abstand zur Unterkante der Werbeaufschriften auf den Fangnetzen eingehalten werden.

Art. 7 Streitigkeiten und Zuwiderhandlungen

Sanktion bei Missachtung der Vorschriften

- Untersuchungs- und Busseninstanzen für die Clubs des NAS sind die Einzelrichter der regionalen Gerichtskammern. Sanktionen bei Missachtung der Vorschriften
- Zuwiderhandlungen gegen dieses Regulativ werden mit Bussen bis Fr. 10'000.- bestraft
- Hat ein Club gleichzeitig mehrere Verstösse gegen dieses Regulativ begangen, kann er zu einer Geldbusse verurteilt werden, die jedoch den Betrag von Fr. 10'000.- nicht übersteigt.
- Bei Zuwiderhandlungen gegen die Vorschriften dieses Regulativs setzt das NAC oder die von ihnen bezeichnete Stelle dem fehlbaren Club eine Frist von 14 Tagen zur Herstellung des regulativkonformen Zustands.
- Ein Club, der den verfügten Massnahmen nicht oder verspätet nachkommt, wird für jedes unter regulativwidrigen Zuständen ausgetragene Spiel mit einer Busse bis zu Fr. 10'000.- bestraft.
- Gegen einen fehlbaren Club können weitere disziplinarische Massnahmen gemäss Rechtspflege-Reglement verfügt werden.

Art. 8 Inkrafttreten

- Dieses Regulativ wurde anlässlich der RL Generalversammlung vom 19.6.2010 und der Delegiertenversammlung der RL vom 23.6.2017 angepasst und tritt nach der Generalversammlung der SIHF vom 4.8.2017 in Kraft.
- Durch Inkrafttreten werden alle vorgängigen Versionen ersetzt.

Merkblatt Leistungen / Pflichten Captain-Dress / Helm



4. Werberegulativ

An die Mannschaftsverantwortlichen und Captains der 1. Liga:
Leistungen / Pflichten Captain-Dress im Nachwuchs- und Amateursport

Leistungen/Pflichten der Vermarktungsagentur:

- Captain-Dress
Die Vermarktungsagentur stellt dem NAS ein spezielles Dress (je 1 home und 1 away) für sämtliche Team-Captains der 1. Liga in den 6 Grund-Farben zur Verfügung (rot, weiss, grün, schwarz, gelb, blau). Dieses Dress ist bei sämtlichen Meisterschaftsspielen von den Team-Captains zu tragen.
- Captain-Helm
Es wird kein Captain-Helm zur Verfügung gestellt.

Leistungen/Pflichten der Clubs des Nachwuchs- und Amateursports:

- Vermarktungsrechte
Der NAS überlässt der Vermarktungsagentur für das Captain-Dress der 1. Liga das alleinige Vermarktungsrecht.
- Captain-Dress
Die Mannschaften der 1. Liga verpflichten sich, dass sämtliche Team-Captains die Meisterschaftsspiele im Captain-Dress spielen.
-> Das Nichtbeachtung dieser Regelung wird gemäss Rechtspflegereglement Code Nr. 7 Nicht bewilligte Werbung gemäss Bussentarif geahndet.
- Für die übrigen Aktivmannschaften (2. bis 4 Liga, Frauen) gibt es bezüglich Capain-Dress keine weiteren Bestimmungen.

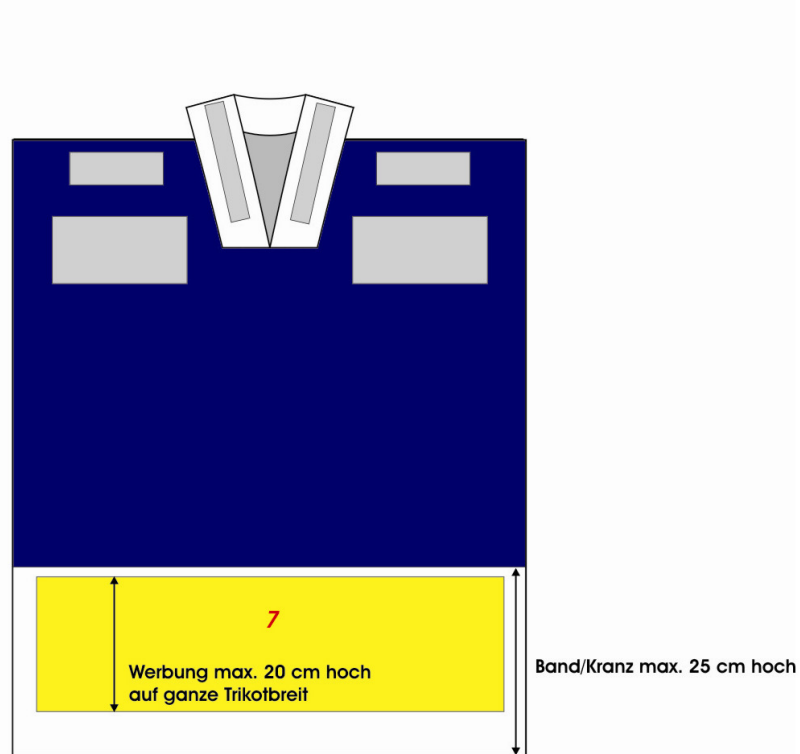
Eintrag Spielbericht:

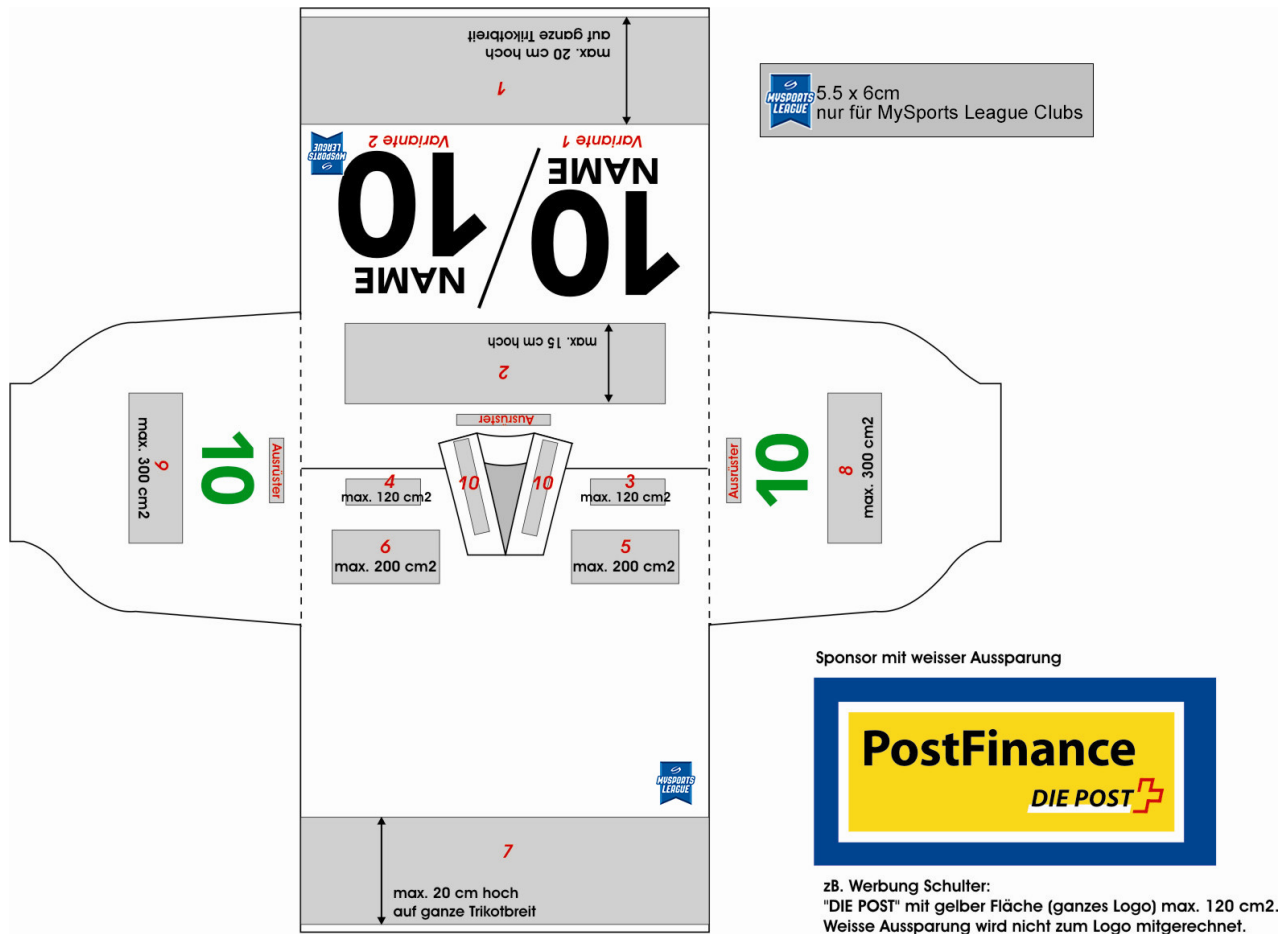
- Auf dem Spielbericht wird der Spieler, welcher das Amt des Captains ausübt, wie folgt eingetragen
19 - Muster Anton - C . Das heisst jeder Captain hat auch eine Spielernummer und der C gehört in die entsprechende Kolonne.

Die SR wurden so instruiert und haben die Weisung erhalten, dies zu kontrollieren. Es wird ebenfalls im Leistungssport seit Jahren beim Topscorer so gehandhabt. Der Grund ist von statistischer Natur. Nur so ist es möglich eine persönliche Strafenstatistik zu erstellen, da nicht immer derselbe Spieler C ist.

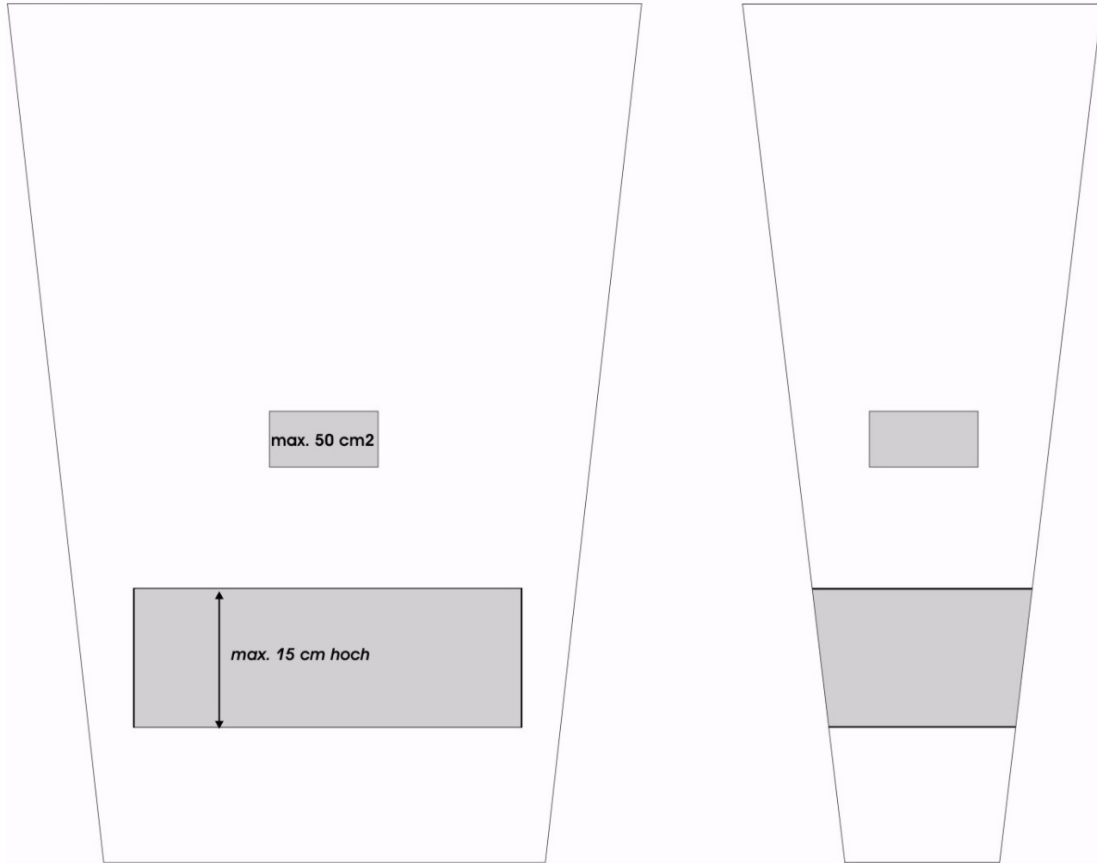
Skizzen Spieler-Trikot / Hosenträger

**Beispiel:
Band/Kranz unten am Trikot**





Stulpen



Hosenüberzug

