# Werberegulativ Saison 2026/27


**01. Geltungsbereich ... 3**

**02. Werbung auf der Ausrüstung und in den Eishockeystadien ... 3**

**03. Werbeinhalte – Allgemein gültige Bestimmungen ... 3**

**04. Gestaltung und Präsentation von Werbung ... 3**

4.1. Allgemeine Vorschriften für die Gestaltung der Werbung in den Stadien ... 3
4.2. Projektion von Laser-Werbung auf die Eisfläche während der Spiele ... 4
4.3. LED-Bandenwerbung ... 4
4.4. Werbung über den Stadionlautsprecher ... 4
4.5. Werbung auf Flaschenhalter ... 4
4.6. TV-Interviews ... 4

**05. Werbung auf der Ausrüstung ... 4**

5.1. Ausrüstung von Feldspielern und Torhütern im Warm-up ... 4
5.2. Ausrüstung von Feldspielern und Torhütern im Spiel ... 4
5.3. Spielerleibchen/Spielertrikot ... 5
5.4. Nummern und Name ... 7
5.5. Werbeflächen ... 7
5.5.1. Auslegung der Werbeflächen: ... 7
5.5.2. Werbefläche 1 (Rücken unten) ... 9
5.5.3. Werbefläche 2 (Rücken oben) ... 9
5.5.4. Werbefläche 3 & 4 (Schultern) ... 9
5.5.5. Werbefläche 5 & 6 (vorne Brust) ... 9
5.5.6. Werbefläche 7 (vorne unten): ... 10
5.5.7. Werbefläche 8 & 9 (Ärmel unten) ... 10
5.5.8. Werbefläche Ärmel oben (nur für die SL, U21-Elit und U18-Elit) ... 10
5.5.9. Weitere Ligen ... 10
5.6. Spielerhose ... 11
5.7. Werbefläche 1 (vorne): ... 11
5.8. Werbefläche 2 (Seite): ... 11
5.9. Werbefläche 3 (Hinten): ... 11
5.10. Helm ... 11
5.11. Stulpen ... 12
5.12. Stöcke der Feldspieler ... 12
5.13. Pucks ... 13
5.14. Schlittschuhe ... 13
5.15. Halsschutz ... 13
5.16. Ausrüstung von Torhütern im Spiel ... 13
5.17. Helm/Maske ... 13
5.18. Stockhandschuh ... 13
5.19. Beinschoner ... 13

**06. Werbung in sportlichen Anlagen ... 13**

6.1. Zur Verfügung stehende Flächen ... 13
6.2. Eisoberfläche ... 14
6.2.1. Anspielkreise in den Verteidigungs- bzw. Angriffsdritteln ... 15
6.2.2. Mittelkreis ... 16

6.2.3. Mittelzone, diagonal versetzt links und rechts der roten Mittellinie ..... 16
6.2.4. Hintertorlinienwerbung ausserhalb des SR-Trapez ..... 17
6.2.5. Schiedsrichterhalbkreis ..... 17
6.2.6. Werbung entlang der blauen Linien ..... 17
6.3. Oberfläche der Banden rund um das Spielfeld ..... 17
6.4. Plexiglas-Scheiben rund um das Spielfeld ..... 18
6.5. Puck-Fangnetze hinter beiden Toren ..... 18
6.6. Schutzwülste der Eishockeytore ..... 18

**07. Zentralvermarktung ..... 19**
7.1. Allgemein ..... 19
7.2. Mediale Rechte (nur Nachwuchs, Amateur- und Frauensport) ..... 19
7.3. Neue Werbeflächen und neue Mediale Verträge ..... 19

**08. Streitigkeiten und Zuwiderhandlungen ..... 19**
8.1. Sanktionen bei Missachtung der Vorschriften ..... 19

**09. Inkrafttreten ..... 20**

# 01. GELTUNGSBEREICH

Das vorliegende Regulativ gilt für alle Eishockey-Organisationen / -Clubs (im folgenden Clubs genannt), die Mitglieder der SIHF sind und für alle Eishockeystadien in der Schweiz, in denen Eishokkey- spiele unter der Oberaufsicht der SIHF ausgetragen werden.

# 02. WERBUNG AUF DER AUSRÜSTUNG UND IN DEN EISHOCKEY-STADIEN

- 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; in diesem Fall ist der Austausch mit der SIHF zu suchen die Vorschriften von nationalen, kantonalen und/oder lokalen Behörden keine weitergehen- den 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.
- Sämtliche Werbeflächen auf der Ausrüstung der Spieler (Spielerleibchen, Hose, Stulpen, Helm) und der Torhüter sowie in den Eishockeystadien gemäss Ziff. 6 müssen zur Genehmigung der SIHF eingereicht werden.

# 03. WERBEINHALTE – ALLGEMEIN GÜLTIGE BESTIMMUNGEN

- Jede direkte (auf der Ausrüstung und in den sportlichen Anlagen) und indirekte (über den Stadion-Lautsprecher, mit mobilen Werbeträgern auf und/oder neben der Eisfläche) Werbung mit anstössigem, politischem, rassistischem, sexistischem oder religiösem Inhalt sowie Werbung, die gegen die gute Sitte und Moral verstösst, ist untersagt. 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.
- Bei der Werbung für Alkohol, Tabak und Heilmittel sowie für politische und religiöse Werbung vor Ort sind die einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen von Bund, Kanton und Gemeinde zu beachten.
- Die Werbung auf der Ausrüstung, der Eisfläche und den Banden für gebrannte Wasser und Nikotin ist nicht erlaubt.
- In Fällen, wo seitens eines Clubs Zweifel bestehen, ob eine Werbung zugelassen oder verboten ist, entscheidet die SIHF, und legt die Praxis fest.
- Gemäss Bundesgesetz betreffend Lotterien und gewerbsmässigen 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 gewerbsmässigen Wetten.

# 04. GESTALTUNG UND PRÄSENTATION VON WERBUNG

## 4.1. Allgemeine Vorschriften für die Gestaltung der Werbung in den Stadien

Das Anbringen von Werbung in fluoreszierenden Farben ist untersagt. Bei leuchtenden Reklameschriften muss bezüglich Lichtstärke, Form und grafische Darstellung vorgängig bei der SIHF das Einverständnis eingeholt werden.

### 4.2. Projektion von Laser-Werbung auf die Eisfläche während der Spiele
Während eines Unterbruchs nach einem Tor ist eine dezente Laser Lichtshow zur Zelebration des Tors möglich. Die Lichtshow darf dabei für die Spieler des gegnerischen Teams nicht ehr- verletzend oder provozierend sein.

### 4.3. LED-Bandenwerbung
Der Einsatz von LED-Banden in den Stadien ist erlaubt. Die LED-Banden bedürfen in jedem Fall einer Prüfung durch die SIHF, insbesondere die Grösse und Platzierung der Banden. Bezüglich des Standortes und der Länge der Werbung muss bei der SIHF ein abschliessendes Gesuch eingereicht werden.

### 4.4. Werbung über den Stadionlautsprecher
Werbeinhalte/Sponsorennennungen über den Stadionlautsprecher wie beispielsweise bei Strafen, Toren und Time-outs, etc. sind erlaubt.

### 4.5. Werbung auf Flaschenhalter
Auf dem Flaschenhalter der Torhüter Trinkflasche an der hinteren Rahmenverstrebung des Tors ist eine Werbefläche für ein Markenzeichen oder Schriftzug erlaubt.

### 4.6. TV-Interviews
Die klassischen Interviews bei SL-Livespielen (sog. Flash-Interviews) finden vor der offiziellen Interviewwand der SL an dem vom TV-Produzenten vorgegebenen Standort statt. Falls die Bereitstellung der Interviewwände durch die Clubs nicht rechtzeitig erfolgt (z.B. unmittelbar nach Spielschluss), werden die Interviews ohne Interviewwand durchgeführt. Eine Unterscheidung ist zwischen Interviews und Gesprächen (Bankgespräche, Garderobengespräche) zu machen, welche ohne Interviewwand geführt werden. Die TV-Partner hegen die Absicht, die Interviews vor den offiziellen SL-Interviewwänden zu tätigen, eine vertragliche Verpflichtung indessen besteht nicht.
Die Präsenz des Mainsponsors auf der Interviewwand der SL hat zwingend zu erfolgen und ist durch die SIHF sicherzustellen.

## 05. WERBUNG AUF DER AUSRÜSTUNG

### 5.1. Ausrüstung von Feldspielern und Torhütern im Warm-up
Werbung auf der Trainingsausrüstung von Feldspielern und Torhütern ist erlaubt, sofern diese Ausrüstung ausserhalb der in Ziffer 2.2. genannten Spiele benützt wird. Auf den Aufwärmleibchen muss die jeweilige Nummer (Kontrastfarbe) des Spielers gut sichtbar auf dem Rücken platziert werden. Die Nummer muss mindestens eine Höhe von 20 cm ausweisen. Die Nummer des Spielers auf dem Aufwärmleibchen muss mit jener auf dem Matchleibchen identisch sein.

### 5.2. Ausrüstung von Feldspielern und Torhütern im Spiel

- 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 Spieler-Ausrüstung. Ausnahmen:
- Ausrüstung von Torhütern und des Top Scorers/Starplayers/etc.
- «Götti Aktion» 5.3.10

- Weitere Ausnahmen müssen über einen Beschluss der entsprechenden Ligaversammlung genehmigt werden.

- Es ist gestattet die Markenzeichen oder Schriftzüge auf den Werbeflächen Hosen, Trikot, Helm und Stulpen während der Saison zu wechseln (in der Regular Season oder vor, jedoch nicht während den Playoffs). Die neuen Markenzeichen oder Schriftzüge sind der SIHF/Liga rechtzeitig zur Prüfung vorzulegen.

- Weitere als die hiernach im Einzelnen aufgeführten Werbeflächen sind nicht erlaubt.

- Die SIHF und die Clubs sorgen im Spielbetrieb für eine klare Unterscheidbarkeit der Teams auf dem Eis (hell gegen dunkel; lesbare und sichtbare Spielernummern). Änderungen/Anpassungen während der Saison sind auf Beanstandung von der SIHF jederzeit möglich.

- Teams mit identischen Clubfarben können von der SIHF verpflichtet werden zu Saisonbeginn ein drittes neutraleres Trikot (Auswärts-hell, die ausschliesslich für die Nutzung gegen
- «identische Teams» eingesetzt werden dürfen) vorzulegen.

## 5.3. Spielerleibchen/Spielertrikot

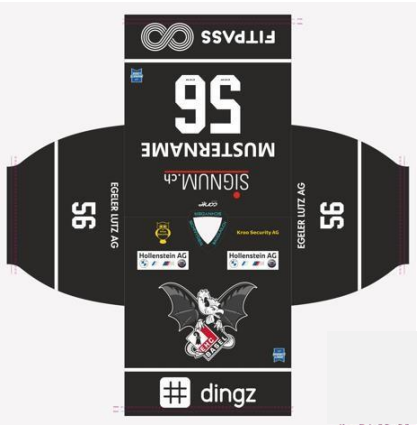
- Die Trikots (SL/MHL/PFWL/U21-Elit/U18-Elit), sowie sämtliche Ausrüstungsgegenstände mit Werbeflächen, wie z.B. Goaliemasken und -schoner, sind jeweils vor Saisonbeginn der SIHF zur Prüfung und Genehmigung einzureichen. Dies kann in Form von Layoutvorschlägen erfolgen. Die SIHF hat die Möglichkeit, bei Bedarf, das Originaldress zur genaueren Beurteilung einzufordern.

- Für die Unterscheidbarkeit im Stadion und im TV muss das Spielertrikot zu rund 80% in einer Grundfarbe bzw. in einem Farbton (dunkelblau und hellblau = 2 Farben) gehalten werden. Die 80% errechnen sich von der gesamten Leibchenfläche abzüglich der Flächen für Spieler- nummern (Rücken und Brust), Spielernamen und Werbeflächen (Sponsoren). Im Nachwuchs-, Amateur- und Frauensport sind Nummern an den Armen erlaubt und es ist nicht obligatorisch die Nummer auf der Brust zu haben.

- Das Leibchen, einschliesslich die Ärmel (und die Stulpen), müssen die gleiche Farbe haben.

- Das Clublogo darf auf der Dressmitte unterhalb der Spielernummer erscheinen. Das integrierte Clublogo darf keine Werbung bzw. keinen Markenzusatz beinhalten.

- In den Meisterschaften sind zwei Leibchentypen erlaubt:
    - Leibchen mit einer geraden Unterkante auf der Rückseite (traditionell)
    - Leibchen mit einer abgerundeten Unterkante auf der Rückseite (NHL-Style).







- Vorne und hinten, am unteren Rand des Spielerleibchens wird am rechten Rand direkt ober- halb der unteren Werbeflächen auf 20 cm Höhe und mind. 1 cm von der seitlichen Naht entfernt ein Badge mit dem offiziellen SIHF/Liga-Logo in der Grösse 4.5 x 6.85cm platziert.







- Innerhalb des Kragens ist der Puck in Verbindung mit Swiss Ice Hockey aufzudrucken.

- Auf dem Kragen ist ein Partner-/Sponsorenauftritt mit dem Markenzeichen und/oder dem Schriftzug erlaubt.

- ca. 2 cm unterhalb des Kragens, zentriert von maximal einer Höhe von 4 cm und einer Breite von 10 cm. Diese Fläche wird den Ausrüstern vorbehalten. Es besteht die Möglichkeit, dass auf dieser Fläche der Ausrüster und ein Lieferant erscheinen, d.h. Ochsner-Hockey und Nike.

- Es ist erlaubt, auf den beiden Ärmeln am unteren Rand das Clublogo mit Saisonangabe (z.B. 2022/23) zu platzieren. Jedem Club steht es frei, anstelle des Clublogos auf einem oder beiden Ärmeln ein spezielles Logo (nicht kommerzielle Verwendung) zu nutzen. Dies gilt v.a. für Jubiläen, CSR-Aktivitäten/-Aktionen, Kantonswappen etc. Zusätzlich ist es möglich, am unteren Rand auf einem der beiden Ärmel anstelle eines Logos eine «Götti Aktion» anzubringen. Dies ist ausschliesslich mit einem Schriftzug (Name oder Logo) des «Spieler Göttis» möglich, der bei jedem Spieler unterschiedlich sein kann.

## 5.4. Nummern und Name

- Auf der Rückseite des Spielerleibchens erscheinen zudem der Name des Spielers (oben oder unten) und die Nummer des Spielers (in der Mitte). In den Ligen des Nachwuchs-, Amateur- und Frauensports sind mit Ausnahmen der Sky Swiss League, der MyHockey League und der Women's League die Spielernamen auf dem Trikot nicht obligatorisch.
- Die Spielernummern und Spielernamen sind zwingend in der Gegenfarbe (mit komplementären Farbwerten; z.B. Schwarz-Weiss) mit höchstmöglichem Kontrast hell/dunkel (d.h. dunkel gegen einen hellen Hintergrund oder umgekehrt) zu halten.
- Für die Nummern und die Namen der Spieler sind gut lesbare Zahlen bzw. Schriften (Standard-Schriften) zu verwenden. Kreative Zusätze und Verschnörkelungen sind zu unterlassen.
- Es dürfen nur Nummern von 1-99 (ganze Zahlen in gleicher Schrift und Ausführung für alle Spieler) verwendet werden.
- Die Schrift des Spielernamens auf dem Rücken muss eine Höhe von mindestens 6 cm aufweisen.
- Der Spielername ist mit Grossbuchstaben zwischen der oberen oder der unteren Werbefläche und der Spielernummer zu platzieren. Der Spielername muss gut lesbar sein.
- Die Nummer des Spielers muss eine Höhe von 20-25 cm aufweisen.
- Wird auf dem Rücken auf eine Werbefläche oben oder unten verzichtet, so kann die Spielernummer eine max. Höhe von 30 cm aufweisen.
- Es ist gestattet, das Markenzeichen bzw. den Schriftzug des Ausrüsters (nur eine Marke zulässig) in die Zahlen der Spielernummer zu integrieren; die Lesbarkeit der Spielernummer bzw. der Farbkontrast dürfen dadurch nicht negativ beeinträchtigt werden.
- Zwischen der oberen Werbefläche und dem Spielernamen bzw. der Nummer (sofern der Name unter der Nummer erscheint) kann, das Nationenwappen des jeweiligen Spielers in der Grösse von max. 10 cm2 platziert werden.
- Die Platzierung der Spielernummer ist ligaspezifisch definiert. Die Spielernummer erscheint gemäss nachfolgenden ligaspezifischen Bestimmungen entweder auf der Vorderseite des Spielerleibchens zentriert in der Mitte, ca. 5 cm unterhalb des Kragens in einer Höhe von mindestens 10 cm oder auf den Ärmeln ebenfalls in einer Höhe von mindestens 10 cm.
- Mit Ausnahme der Sky Swiss League, der MyHockey League und der Women's League können in den Ligen des Nachwuchs-, Amateur- und Frauensports die Nummer auf der Brust oder auf den Ärmeln plaziert werden.
- In der MyHockey League muss die Nummer zwingend auf den Ärmeln und nicht auf der Brust plaziert werden. Die Nummer muss auf beiden Ärmeln in einer Höhe von 10 cm ersichtlich sein.
- In der Sky Swiss League und in der Women's League ist die Nummer zwingend auf der Brust und nicht auf den Ärmeln zu platzieren.
- Gut sichtbar in Kontrastfarbe zum Trikot müssen der Kapitän mit dem Buchstaben „C" und die Assistenten mit dem Buchstaben „A" bezeichnet sein. Die Buchstaben sind auf der linken Brustseite 2 cm unterhalb der Werbefläche anzubringen. Die Buchstaben weisen eine Höhe von 8 cm auf.

Zusatz U21-Elit & U18-Elit:

- Der Spielername ist auf dem Nachwuchstrikot nicht obligatorisch. Bei bereits produzierten Nachwuchs Trikots werden Nummern auf dem Ärmel statt auf der Brust toleriert. Bei allen neu zu produzierenden Trikots ist die Nummer vorne anzubringen.

## 5.5. Werbeflächen

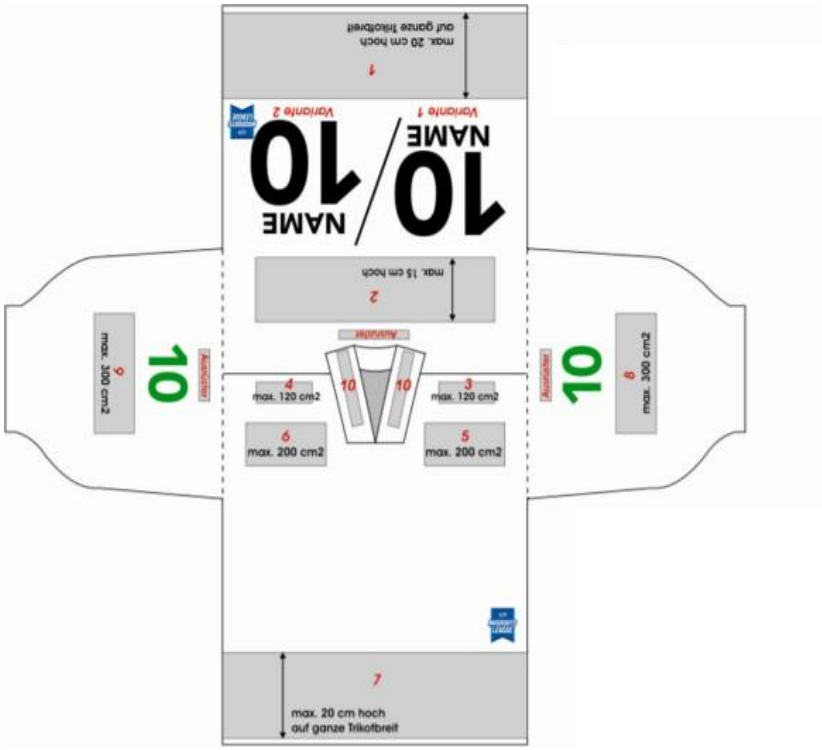
### 5.5.1. Auslegung der Werbeflächen:

- Bei allen Werbeflächen ist grundsätzlich die Grösse des Markenzeichens/Logos/Schriftzuges (Höhe und Breite/cm2) massgebend. Wird das Markenzeichen/Logo oder der

Schriftzug zur besseren Erkennung auf einem Hintergrund hinterlegt, so zählt diese Fläche ebenfalls zur Werbefläche, d.h. massgebend ist der gesamte Rahmen der Werbefläche (Schriftzug mit Hintergrund).

- Sofern auf dem Heim- und Auswärtsleibchen die gleichen Sponsoren sind, müssen die Grössen der Werbeflächen auf beiden Spielerleibchen identisch sein.
- Es ist gestattet, auf den Home- bzw. auf den Away-Leibchen unterschiedliche Markenzeichen oder Schriftzüge anzubringen.
- Weiter erlaubt ist nur ein Markenzeichen oder ein Schriftzug pro Werbefläche auf dem Trikot.

## Visualisierung MyHockey League - auch gültig für weitere Ligen




### 5.5.2. Werbefläche 1 (Rücken unten)

Am unteren Rand des Spielerleibchens von maximal 20 cm Höhe auf der ganzen Leibchenbreite, gemessen ab den unteren Eckpunkten des Trikots, unabhängig von der Form des Trikots. Bei rundem Abschluss des Trikots, kann die Rundung in der Farbe des Markenzeichens oder der Trikot-Designfarbe gefärbt werden.

### 5.5.3. Werbefläche 2 (Rücken oben)

Am oberen Rand des Spielerleibchens auf Schulterhöhe von maximal 15 cm Höhe auf der ganzen Leibchen-Breite. Die Oberkante dieser Werbefläche befindet sich 5 - 10 cm unterhalb der Schulternaht;

### 5.5.4. Werbefläche 3 & 4 (Schultern)

Je ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf den Schulteroberflächen links und rechts (von der Schulternaht beginnend auf der Vorderseite des Leibchens) von maximal je 120 cm2. Es sind zwei verschiedene Werbeträger möglich. Die Werbeflächen auf den Schultern des Top Scorer/Starplayer/etc. - Leibchens stehen für das Anbringen von je einer Werbefläche links und rechts in der Grösse von maximal 120 cm2 zur Verfügung der SIHF.

### 5.5.5. Werbefläche 5 & 6 (vorne Brust)

Je ein Markenzeichen oder ein Schriftzug, auch unterschiedliche Partner möglich, von maximal je 200 cm2. Die Oberkante dieser Werbefläche befindet sich 5 cm unterhalb der Schulternaht.

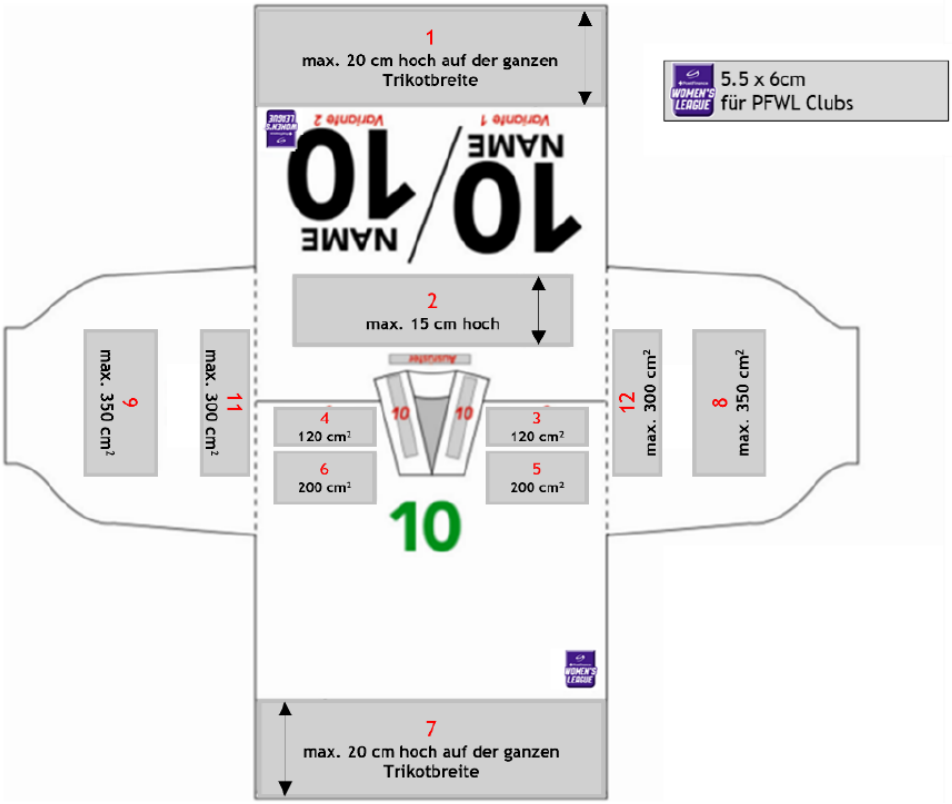
### 5.5.6. Werbefläche 7 (vorne unten):
Am unteren Rand des Spielerleibchens von maximal 20 cm Höhe auf der ganzen Leibchenbreite auf der Vorderseite, gemessen ab den unteren Eckpunkten des Trikots, unabhängig von der Form des Trikots. Bei rundem Abschluss des Trikots, kann die Rundung in der Farbe des Markenzeichens oder der Trikot-Designfarbe gefärbt werden.

### 5.5.7. Werbefläche 8 & 9 (Ärmel unten)
Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf dem Oberarm links und rechts, ca. 5 cm unterhalb der Schulternaht, maximal je 30 cm2, auf beiden Seiten der gleiche Werbeträger

### 5.5.8. Werbefläche Ärmel oben (nur für die SL, U21-Elit und U18-Elit)
Bei den Teams des Nachwuchs-, Amateur- und Frauensport ist an dieser Stelle die Spielernummer. Bei der SL, der U21-Elit und der U18-Elit kann diese Werbefläche genutzt werden. Horizontal oder vertikal auf den Ärmeln von maximal je 350 cm2; links und rechts auf den Ärmeln können unterschiedliche Werbeträger angebracht werden.

### 5.5.9. Weitere Ligen
In sämtlichen Ligen gibt es zwei zusätzliche Werbeflächen auf den Ärmeln (Flächen 11 und 12)

## Visualisierung Women's League



## 5.6. Spielerhose

Es ist gestattet, auf der Hose für Heim- bzw. Auswärtsspiele unterschiedliche Markenzeichen oder Schriftzüge anzubringen. Wird auf die seitliche Werbefläche (2) verzichtet, so kann vorne (1) und hin- ten (3) eine Werbefläche in der Grösse von total max. 1‘100 cm2 platziert werden.




## 5.7. Werbefläche 1 (vorne):

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug links und rechts (d.h. auf den Oberschenkeln) von maximal je 450 cm2. Clubs der SL, U21-Elit, U18-Elit: 1a &1b verschiedene Werber sind möglich.

## 5.8. Werbefläche 2 (Seite):

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf den Seiten links und rechts von maximal 10 cm Breite und 30 cm Höhe. Clubs der SL, U21-Elit, U18-Elit: 2a & 2b verschiedene Werber sind möglich.

## 5.9. Werbefläche 3 (Hinten):

Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug links und rechts (d.h. auf den Oberschenkeln am unteren Rand der Hose) von maximal je 450 cm2. Clubs der SL, U21-Elit, U18-Elit: 3a &3b verschiedene Werber sind möglich.

## 5.10. Helm

### Vorbemerkungen

Es ist gestattet, auf dem Helm für Heim- bzw. Auswärtsspiele unterschiedliche Markenzeichen oder Schriftzüge anzubringen. Die Helmfarbe wird dem Trikot angepasst: Home: dunkel, Away: hell.
Das Herstellerlogo auf dem Helm (z.B. Bauer, CCM usw.) darf auf beiden Seiten in der Grösse von max. 10cm2 angebracht sein.

### Werbefläche 1 (Vorne)

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

### Werbefläche 2 (Seiten)

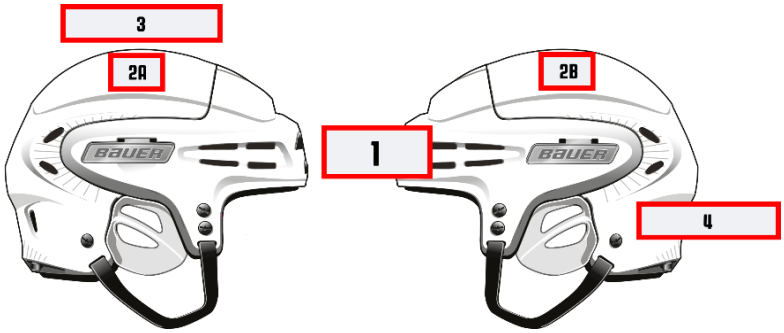
Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf beiden Seiten von maximal je 50 cm2; auf beiden Seiten der gleiche Werbeträger.

### Werbefläche 3 (Oben)

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

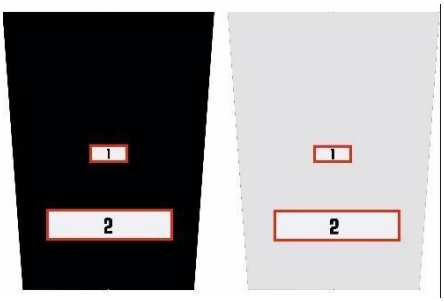
**Werbefläche 4 (Hinten)**
Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf der Rückseite von maximal 80 cm2.

**Spielernummer Helm**
Auf dem Helm ist die Spielernummer in der Grösse von ca. 2.5 bis 3cm Höhe vorne-oberhalb der Werbefläche sowie auf den Seiten links und rechts zu platzieren. Die Spielernummern sind zwingend in der Gegenfarbe (mit komplementären Farbwerten) mit höchstmöglichem Kontrast hell/dunkel (schwarz-weiss) zu gestalten.




## 5.11. Stulpen

**Vorbemerkungen**
Es ist gestattet, auf den Stulpen für Heim- bzw. Auswärtsspiele unterschiedliche Markenzeichen oder Schriftzüge anzubringen.




**Werbefläche 1 (Knie)**
Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug, vorne auf der Höhe der Kniescheibe von maximal 50 cm2, auf beiden Stulpen der gleiche Werbeträger.

**Werbefläche 2 (Unterschenkel)**
Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf beiden Stulpen von maximal je 15 cm Höhe unterhalb des Knies; auf beiden Stulpen der gleiche Werbeträger.

## 5.12. Stöcke der Feldspieler

Ausserhalb der Marken-Zeichen der Stock-Hersteller ist ein Markenzeichen oder Schriftzug von maxi- mal 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 Marken-Zeichen der Stock-Hersteller - ist nicht erlaubt.

### 5.13. Pucks
Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug auf den Laufflächen oben und unten ist erlaubt. Der Aufdruck darf die Sichtbarkeit des Pucks nicht beeinträchtigen und muss von der SIHF genehmigt werden. Die gedruckten Logos oder Zeichen auf dem Puck dürfen den Durchmesser von 4,5 cm bzw. 35% der Fläche nicht überschreiten. Beide Seiten des Pucks dürfen bedruckt sein (IIHF Regelbuch Artikel 13.1). Die für den Aufdruck verwendeten Farben dürfen nicht störend wirken. Es ist unerlässlich das Gut zur Produktion bei der SIHF einzuholen.
Schlittschuhe

### 5.14. Schlittschuhe
Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug ausserhalb der Markenzeichen des Herstellers ist erlaubt.

### 5.15. Halsschutz
Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug ausserhalb der Markenzeichen des Herstellers ist erlaubt.

### 5.16. Ausrüstung von Torhütern im Spiel
Für die Ausrüstung der Torhüter sind die folgenden besonderen Vorschriften bzw. die folgenden zusätzlichen Flächen für Werbung gegeben:

### 5.17. Helm/Maske
Auf der Goaliemaske besteht die Möglichkeit, eine Werbefläche vorne (1) zu nutzen. Die Fläche darf die Maximalmasse von 10x5cm nicht überschreiten. In Ergänzung zu Artikel 5.5. wird festgelegt, dass für Torhüter-Masken, welche das Anbringen von Werbefläche 1 verunmöglichen, es erlaubt ist, auf der Rückseite der Torhüter-Maske ein Markenzeichen oder einen Schriftzug von maximal 210 cm2 inkl. Hintergrund anzubringen. Es sind keine weiteren Werbeflächen auf der Maske erlaubt. Die Goaliemaske darf ein anderes Markenzeichen/Sponsor als die Feldspieler auf der Maske vorne tra- gen.

### 5.18. Stockhandschuh
Ein Markenzeichen oder ein Schriftzug ausserhalb der Markenzeichen des Herstellers ist erlaubt. Unter- schiedliche Markenzeichen für Heim- und Auswärtsspiele sind erlaubt.

### 5.19. Beinschoner
Auf beiden Beinschonern ist lediglich ein dezenter Auftritt (Logo) des Herstellers erlaubt.

## 06. WERBUNG IN SPORTLICHEN ANLAGEN

### 6.1. Zur Verfügung stehende Flächen

Auf den folgenden Flächen können Werbeaufschriften angebracht werden:

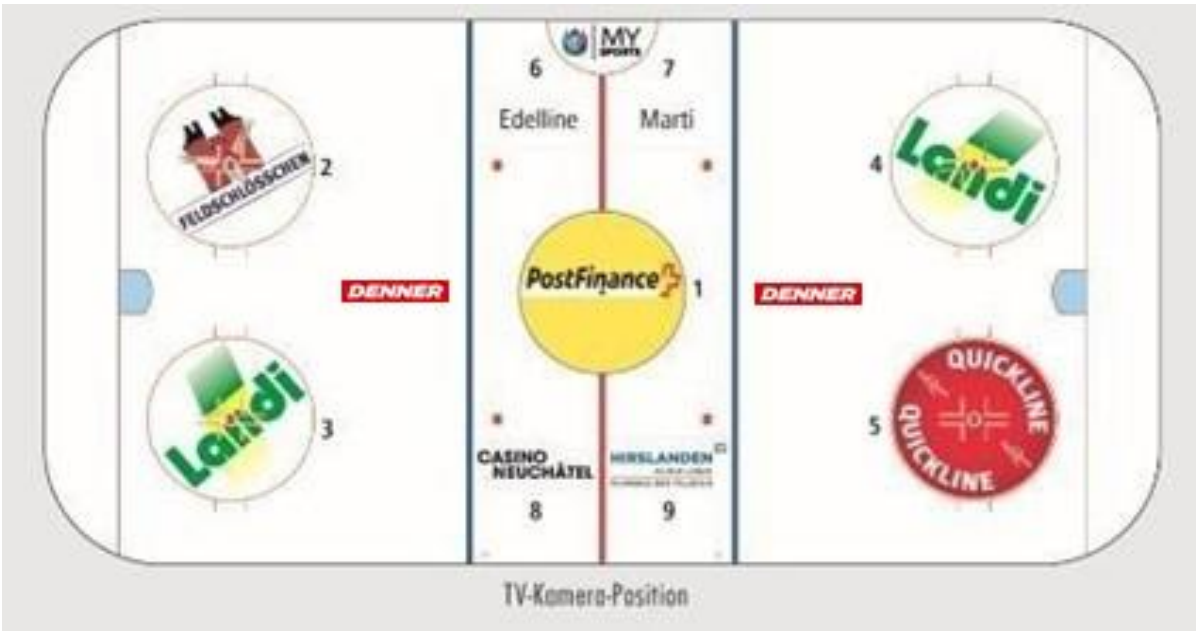
Eisoberfläche:
- Anspielkreise in den Verteidigungs- bzw. Angriffsdritteln
- Mittelkreis (wird für den SL/MHL-Spielbetrieb zentral vermarktet) bedarf der Zustimmung der SL-Ligaversammlung und der MHL-Ligaversammlung
- Flächen in der Mittelzone, links und rechts der roten Mittellinie.
- Schiedsrichterhalbkreis (für das Ligalogo reserviert)
- Hintertorlinienwerbung ausserhalb des SR-Trapez
- Oberfläche der Banden rund um das Spielfeld, sowohl gegen innen (gegen das Spielfeld) als auch gegen aussen (gegen die Zuschauer) gerichtet

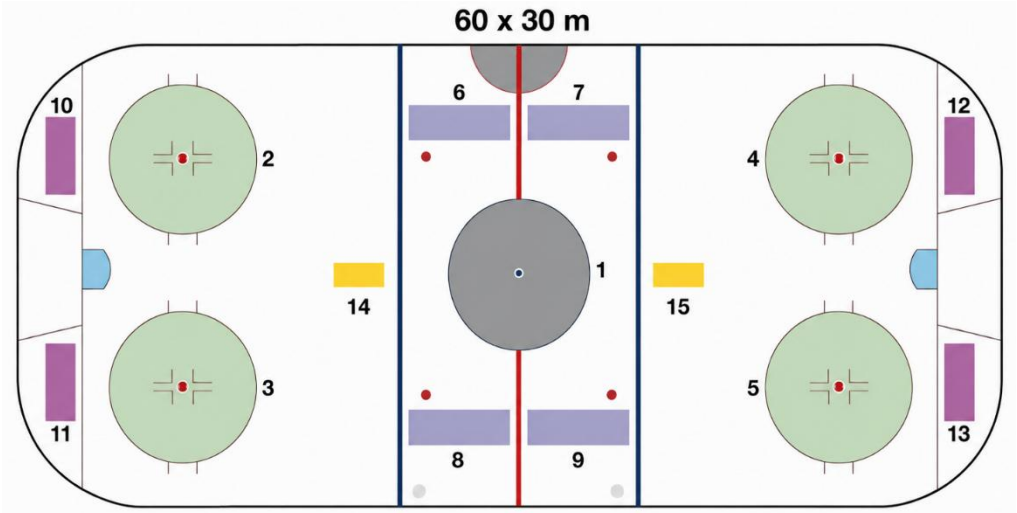
- Plexiglas-Scheiben rund um das Spielfeld, sowohl gegen innen (gegen das Spielfeld) als auch gegen aussen (gegen die Zuschauer) gerichtet;
- Puck-Fangnetze hinter beiden Toren, ein Logo oder ein Schriftzug (nur in Richtung Spielfeld bedruckt) mit Genehmigungsvorbehalt der SIHF (gemäss Ziffer 6.5).
- Schutzwülste der beiden Toren
- Flächen auf der Resultat-/Spielzeit- bzw. Strafzeittafel.
- Flächen auf der Totomat-Tafel.
- Flächen hinter den Spieler- bzw. Strafbänken
- Alle übrigen Flächen innerhalb der Anlage, die sich für das Anbringen von Werbeaufschriften eignen, nicht aber die TV-Produktion störend beeinflussen.
- Im Innenraum der Stadien (bis Beginn der Zuschauerränge) sind maximal zwei Reihen mit Werbetafeln, die hintere gemäss Ziff. 4. auch als LED-Bande, erlaubt (ohne Plexiglas-Scheiben-Werbung). Die Höhe der Werbung ist auf maximal 100cm begrenzt.

## 6.2. Eisoberfläche

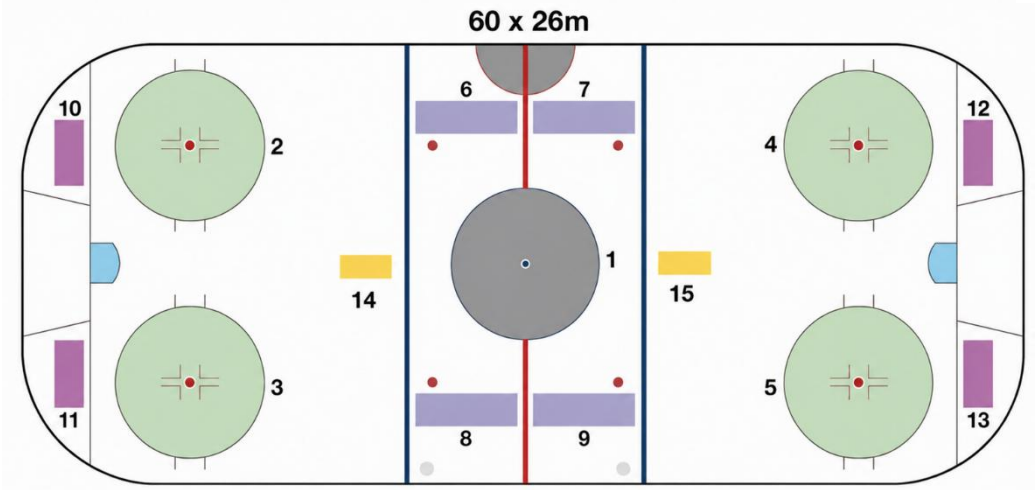
### Vorbemerkungen

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 (schwarz, braun, dunkelblau etc.) für den Hintergrund verwendet werden. Diese müssen auf Veranlassung der SIHF auf mindestens 70% aufgehellt werden. Die Eiswerbeflächen sind der SIHF jährlich zur Gutheissung anfangs Saison einzureichen. Es ist erlaubt die vier Anspielkreise und die vier Werbeflächen in der Mittelzone einmalig vor den Playoffs/Playouts zu wechseln. Der letztmögliche Termin für die Abnahme seitens SIHF ist der 15.01.






| | Bezeichnung | Positionen | Werbefläche |
|---|---|---|---|
| | Liga (MHL / SL) | - | - |
| | Bullykreis | 2-5 | ø 900 cm |
| | Logostreifen | 6-9 | 670 x 270 cm |
| | Hintertorwerbung | 10-13 | 580 x 180 cm |
| | Werbung blaue Linie | 14+15 | 460 x 130 cm |




| | Bezeichnung | Positionen | Werbefläche |
|---|---|---|---|
| | Liga (MHL / SL) | – | – |
| | Bullykreis | 2-5 | ø 900 cm |
| | Logostreifen | 6-9 | 670 x 270 cm |
| | Hintertorwerbung | 10-13 | 580 x 180 cm |
| | Werbung blaue Linie | 14+15 | 460 x 130 cm |

### 6.2.1. Anspielkreise in den Verteidigungs- bzw. Angriffsdritteln

- Markenzeichen oder Schriftzüge in den vier Anspielkreisen;
- In den vier Anspielkreisen gesamthaftmaximal acht Werbeträger, je Anspielkreis maximal zwei Werbeträger;
- Die Markenzeichen oder Schriftzüge sind innerhalb der Anspielkreise so anzuordnen, dass sie die Spielfeld-Markierungen (z.B. Anspielpunkte etc.) nicht abdecken bzw. be- einträchtigen. Zur besseren Erkennbarkeit sind rund um die Anspielpunkte Streifen von 10cm Breite

und rund um die doppelten „L“ und den Anspielkreis Streifen von 5cm Breite in weiss zu halten.
- Die Markenzeichen und/oder Schriftzüge können auf der in den Anspielkreisen so zur Verfügung stehenden Fläche beliebig angeordnet werden, z.B. parallel, senk- recht oder diagonal zur Längsbande des Spielfelds.

### 6.2.2. Mittelkreis

**Vorbemerkungen**

Die Werbefläche im Mittelkreis steht ausschliesslich zur Verfügung der SIHF gemäss den Bestimmungen in Ziffer 7 des vorliegenden Reglements. Die Folien werden den Clubs jeweils vor einer Saison zu gegebener Zeit für den Einbau ins Eis abgegeben.

#### 6.2.2.1. Sky Swiss League & MyHockey League

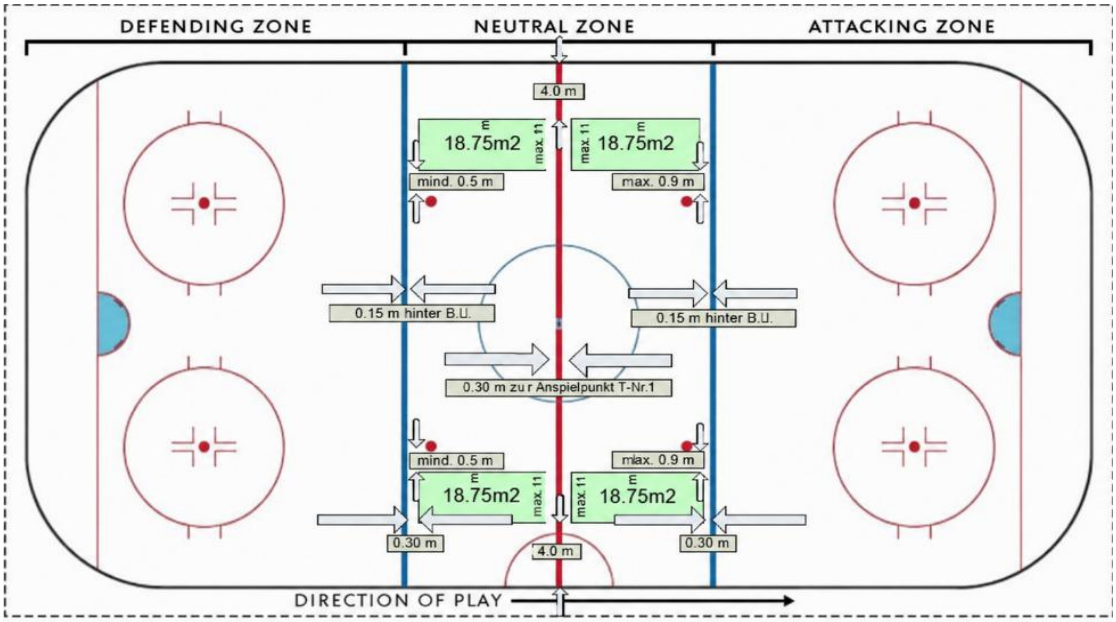
- ein Markenzeichen und ein Schriftzug (für den Ligapartner zur Verfügung)
- ein Werbeträger in Kombination mit einem Partner und deren Bildmarke ist erlaubt;
- Das Markenzeichen oder der Schriftzug sind innerhalb des Mittelkreises so anzuordnen, dass sie die Spielfeld-Markierungen (z.B. Anspielpunkt etc.) nicht abdecken bzw. beeinträchtigen;
- 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; es sind die Vorgaben des aktuellen technischen Reglements der Eissportanlagen SIHF einzuhalten.
- Auf das Anbringen der roten Mittellinie innerhalb des Mittelkreises kann verzichtet werden, solange dieser vermarktet ist.

### 6.2.3. Mittelzone, diagonal versetzt links und rechts der roten Mittellinie

Vier Werbeflächen von max. je 18.75m2 links und rechts der roten Mittellinie. Die max. mögliche Breite muss wie folgt eingehalten sein: von der blauen Linie zur Werbung und von der Mittellinie zur Werbung muss zwingend je 30cm Zwischenraum eingehalten sein. Die max. zulässige Höhe der Werbung berechnet sich durch 18.75m2 geteilt durch die max. mögliche Breite der Eiswerbung.

Die bandennahe Kante der Werbeflächen hat einen Abstand von 4.0 m von der Bande bei einem Spielfeld von der Breite 30 Meter. Bei einer Spielfeldbreite von 26 Meter ist der Abstand von der bandennahen Kante von 3.30 Meter einzuhalten. Die Werbeflächen werden zentriert zwischen der roten und den blauen Linien ins Eis eingesetzt. Die gegen die Spielmitte gerichtete Kante der Werbeflächen muss einen Mindestabstand von 30cm zum Anspielpunkt aufweisen.

Es ist gestattet, anstelle von klassischer Werbung die Werbeflächen 6 / 7 / 8 / 9 /10 / 11/ 12 / 13 /14 / 15 gem. Ziffer 6.2. zur Platzierung von Club-Logos zu verwenden.




### 6.2.4. Hintertorlinienwerbung ausserhalb des SR-Trapez

Bei den Hintertorlinienwerbungen Position 10 / 11 / 12 / 13 muss zwingend je einen Abstand von mindestens 30cm zur Tor- und Trapezlinie eingehalten werden.

### 6.2.5. Schiedsrichterhalbkreis

Die Fläche des Schiedsrichterhalbkreises ist für kommerzielle Werbung, soziale Engagements (CSR) oder Eigenwerbung (SIHF, Club-Logo und/oder TV-Partner) in Sachen Eishockey erlaubt. SIHF kann über die Fläche in den genannten Kategorien zentral verfügen, was jedoch einer Zustimmung der Clubs bedarf. Bei Nicht-Gebrauch der Fläche durch die SIHF bis 30.05. eines jeden Jahres geht die Fläche zur individuellen Verwendung für kommerzielle Werbung, soziale Engagements (CSR) oder Eigenwerbung (SIHF und/oder Club- Logo) zurück zu den Clubs. Es gelten weiter die Bestimmungen aus Ziffer 6.1.

### 6.2.6. Werbung entlang der blauen Linien

In der offensiven und defensiven Zone kann mittig, in einem 90 Grad-Winkel zur blauen Linie, eine Werbefläche mit einer maximalen Grösse von 4.6 x 1.3 Meter angebracht werden. Der Abstand zur blauen Linie beträgt 1.5 Meter. Ausgerichtet ist der Schriftzug immer gegen die Führungskamera der TV-Produktion.

## 6.3. Oberfläche der Banden rund um das Spielfeld

- Zwischen der unteren Begrenzung der Werbeaufschrift und der Eisoberfläche muss ein Abstand von 20 cm eingehalten werden.
- Fluoreszierende Farben sind verboten, leuchtende Reklameschriften nur mit Genehmigungsvorbehalt der SIHF erlaubt.
- Die blauen Linien und die Mittellinie können über die Kickleiste an der Bande in der gleichen Farbe (rot bzw. blau) nach oben geführt werden. Auf dieser Fläche darf ein Schriftzug platziert werden. Die Fläche der Kickleiste muss jedoch werbefrei bleiben




## 6.4. Plexiglas-Scheiben rund um das Spielfeld

- Markenzeichen oder Schriftzüge unmittelbar oberhalb der Oberkante der Spielfeldbanden
- Es sind mehrere Werbeträger erlaubt
- Im Falle, dass mehr als ein Werbeträger in Erscheinung tritt, können die Markenzeichen oder Schriftzüge in Proportion zu den finanziellen Leistungen der Werbeträger in freier Anordnung angebracht werden.

## 6.5. Puck-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.

## 6.6. Schutzwülste der Eishockeytore

Die Schutzwülste der beiden Tore dürfen mit einem Branding in der Höhe von maximal 19 cm versehen werden.

# 07. ZENTRALVERMARKTUNG

## 7.1. Allgemein

Folgende Flächen sind für die Zentralvermarktung reserviert, und zwar so lange als der Ver- trag, inkl. Optionsjahre, gültig ist:

- Visualisierung/Design eines Sponsors auf den Schulter-Oberflächen des Spielerleibchens des Top Scorers/Starplayers/etc.
- Visualisierung eines Sponsors auf der Ausrüstung eines oder mehrerer Feldspieler je Club der Sky Swiss League & MyHockey League
- Mittelkreis - gemäss Ziffer 6.2.2.
- Hintertorlinienwerbung gemäss Ziffer 6.2.4
- Schiedsrichterhalbkreis gemäss Ziffer 6.2.5

## 7.2. Mediale Rechte (nur Nachwuchs, Amateur- und Frauensport)

Die weltweiten medialen Rechte für sämtliche Spiele sämtlicher Schweizer Amateur- Frauen- und Nachwuchsligen liegen im Bereich Bewegtbild (d. h. insbesondere Live-, Highlight- und Nachver- wertungs- rechte für Free-TV, Pay-TV, Internet und Mobilfunk inklusive aller entsprechenden Wett- und Daten- rechte etc.) vollumfänglich bei der SIHF, und werden von dieser exklusiv und zentral vermarktet. Dies ermöglicht es dem Verband, insbesondere eine ligaübergreifende gemeinsame Plattform zu entwickeln, welche die Wahrnehmung des Schweizer Eishockeys in seiner Gesamtheit stärkt. Die Eigenverwertungsrechte für die Clubs werden in Abhängigkeit des OTT-Partners und in Abstimmung mit den Clubs im Detail geregelt. Die Weitergabe von Bewegtbildern und die Erteilung von Drehbewilligungen an Dritte zwecks öffentlicher Publikation von Bewegtbildern sind nur mit vorheriger schriftlicher Bewilligung durch die SIHF erlaubt.

## 7.3. Neue Werbeflächen und neue Mediale Verträge

Vor Abschluss neuer medialen und/oder kommerziellen-Verträgen gemäss Ziffer 7.1. muss die Liga- versammlung der SL Clubs und/oder der Clubs des Nachwuchs-, Amateur- und Frauensports bewil- ligen.

# 08. STREITIGKEITEN UND ZUWIDERHANDLUNGEN

## 8.1. Sanktionen bei Missachtung der Vorschriften

Untersuchungs- und Busseninstanz für die Clubs der Sky Swiss League ist der Einzelrichter für Dis- ziplinarsachen Leistungssport.
Zuwiderhandlungen gegen dieses Regulativ werden zur Eröffnung eines ordentlichen Verfahrens an den Einzelrichter für Disziplinarsachen Leistungssport weitergeleitet (Bussentarif).
Gegen einen fehlbaren Club können weitere disziplinarische Massnahmen gemäss Rechtspflegere- glement verfügt werden.
Bei Zuwiderhandlungen gegen die Vorschriften dieses Regulativs setzt der Verwaltungs- rat SIHF 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 re- gulativwidrigen Zuständen ausgetragene Spiel mit einer Busse bis zu Fr. 10’000.-- bestraft.

## 09. INKRAFTTRETEN

Das vorliegende Reglement wurde überarbeitet und an den entsprechenden Ligaversammlungen vor dem Start der Saison 2026/2027 genehmigt. Das Reglement tritt auf die Saison 2026/27 hin in Kraft und ersetzt vorgängige Versionen des Regulativs.