



# Werbemöglichkeiten und -grenzen während der Olympischen Spiele

## Rule 40 und Social Media

Illustrierte Beispiele zum Leitfaden des DOSB  
für Deutschland

8. März 2024

# Kurze Einordnung und Zusammenfassung

Diese illustrierten Beispiele zum Leitfaden des DOSB bieten eine Hilfestellung bei der Anwendung der Rule 40, Paragraph 3, der Olympischen Charta für nationale Werbemaßnahmen und zeigen, wie nicht-olympische Sponsoren während der Olympischen Spiele mit Dir werben dürfen.

Die illustrierten Beispiele sollten immer in Verbindung mit dem o.g. Leitfaden des DOSB gelesen werden. Im Leitfaden werden die geltenden Regeln rund um die Werbemöglichkeiten und -grenzen für Athlet\*innen während der Olympischen Spiele unter Berücksichtigung des deutschen Rechts erläutert.

Dieses Dokument bezieht sich auf Werbemaßnahmen von Athlet\*innen und andere Mitglieder des Team Deutschland mit einem eigenen Sponsor („Individualwerbung“), die auf Deutschland zielen und nicht über das deutschsprachige Ausland (Schweiz, Österreich) hinauswirken (nationale Werbemaßnahmen) und somit nicht Teil einer internationalen Werbekampagne dieses Sponsors sind.

Hierzu gelten die Erläuterung aus dem Leitfaden des DOSB auf den Seiten 6 - 8.

Bei den nachfolgenden Bildern handelt es sich um **beispielhafte** und plakative Darstellungen. Im Falle von Unklarheiten sind immer der Leitfaden und die darin erläuterten **Zulässigkeitskriterien** (S. 11 ff. für werbliche Nutzung und S. 19 ff. für Social Media Nutzung) maßgebend.

# Zusammenfassung der Zulässigkeitskriterien

Werbemaßnahmen Deines Sponsors mit Dir während der sog. *frozen period* (18. Juli bis 13. August 2024) sind zulässig, wenn sie die folgenden **Zulässigkeitskriterien** erfüllen:

1. **Keine Verwendung unzulässiger Symbole oder Begriffen** (vgl. Leitfaden S. 12)
2. **Keine Verwendung unzulässiger Bilder oder Videos** (vgl. Leitfaden S. 13-16)
3. **Kein unzulässiger Bezug zwischen einem von dir beworbenen Produkt/Dienstleistung deines Sponsors und deiner Teilnahme oder Leistung bei den Olympischen Spielen** (vgl. Leitfaden S. 17)

Es darf außerdem **kein Bezug auf das Team Deutschland als Ganzes** genommen werden.

## Legende:



Erlaubt – Zulässigkeitskriterien wurden vollständig eingehalten



Nicht erlaubt – Zulässigkeitskriterien nicht vollständig eingehalten

# Illustrierte Beispiele zu Werbemaßnahmen

# Beispiel 1: Werbung mit **sachlicher** Nennung der Olympiateilnahme ohne Verwendung unzulässiger Symbole und Begriffen



Die **olympischen Leistungen** des Athleten werden als **Beschreibung im Lebenslauf sachlich aufgeführt** und nicht hervorgehoben.



Das **Hervorheben** der olympischen Leistung wird als **Nutzung einer geschützten Begrifflichkeit** gewertet und ist daher nicht erlaubt.



# Beispiel 2: Nutzung von olympischen Begrifflichkeiten



Trotz der Verwendung von Begriffen wie “Frankreich” oder “Paris” sowie “Sommer 2024”, da es sich nicht um geschützte Begrifflichkeiten handelt.

Durch die **Nutzung einer unzulässigen Begrifflichkeit** wird eine Verbindung zu den Olympischen Spielen hergestellt.

# Beispiel 3: Nutzung von olympischen Begrifflichkeiten und Symbolen



Durch die **Nutzung der geschützten Begrifflichkeit "Olympia"** im Hashtag wird eine Verbindung zu den Olympischen Spielen hergestellt. Diese Umsetzung ist nicht erlaubt.



Durch die **Nutzung der geschützten Wortkombination "Paris2024"** im Hashtag wird eine Verbindung zu den Olympischen Spielen hergestellt. Diese Umsetzung ist nicht erlaubt.



Durch die **Nutzung des geschützten Logos von Team Deutschland** wird eine Verbindung zu den Olympischen Spielen und Team Deutschland als Ganzes hergestellt.

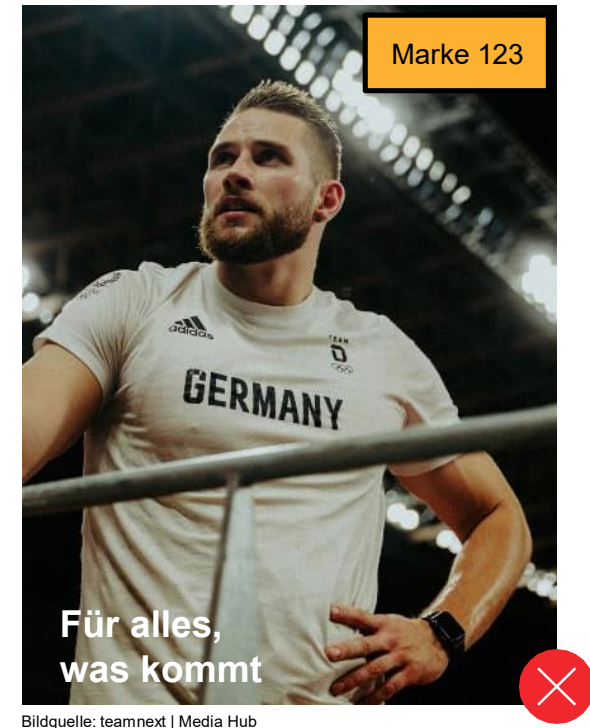
# Beispiel 4: Abbildung mit der offiziellen Kleidung von Team Deutschland



Darstellungen von Athleten in **neutraler Bekleidung** sind zulässig.



Darstellungen von Athleten in **Trainingskleidung** sind zulässig.

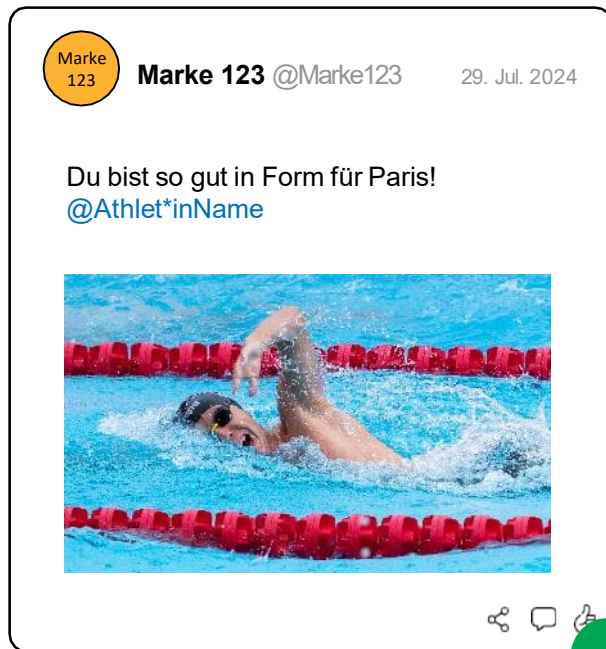


Darstellungen von Athleten in **Trainings- oder Wettkampfkleidung von Team Deutschland** sind **nicht zulässig**, wenn sie geschützte Symbole enthalten.



# Illustrierte Beispiele zur Social Media Kommunikation Deiner Partner

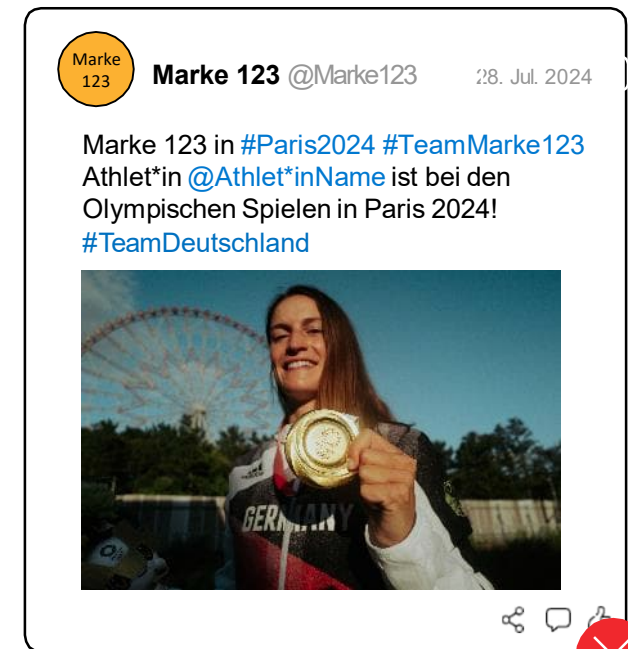
# Beispiel 5: Social Media Kommunikation



Werbung ohne Bezug auf die (olympische) Wettkampfleistung des Athleten ist zulässig.



Wettkampfbilder, die **nicht im olympischen Kontext** gemacht wurden, dürfen für Gruß- und Motivationsbotschaften und für werbliche Zwecke genutzt werden. Die Zulässigkeitskriterien müssen in Bild **und** Text eingehalten werden.



Bilder mit **unzulässigen Symbolen** und **Begrifflichkeiten** sind für die werbliche Nutzung nicht erlaubt. Das Nutzen von **Hashtags mit Bezug auf Team Deutschland** ist für die werbliche Nutzung ebenfalls nicht erlaubt.


# Beispiel 6: Social Media Kommunikation

Marke 123 **Marke123** @Marke123 29. Jul 2024

Wahnsinnsleistung gestern in Paris von unserer neuen Markenbotschafterin @Athlet\*inName. So macht man das! #weiterImmerWeiter

**Athletin Name** @athletinname 28. Jul 2024

Vielen Dank an meine Unterstützer!



Bildquelle: <https://img.picturealliance.sodatech.com/HODR/public/411529015.jpg>

Green checkmark icon

Marke 123 **Marke123** @Marke123 24. Jul 2021

Wir können es kaum erwarten, die Leistungen von Team Deutschland zu sehen und mitzujubeln!

**Team Deutschland** @TeamD · 23. Juli 2021

🇩🇪 Nach 5 langen Jahren endlich am Ziel des Weges. Alle, die es bis hierher geschafft haben, können unfassbar stolz auf sich sein. 🙌 Wir sind es jedenfalls! 🇩🇪

#TeamD #Tokyo2020 #Olympics #OpeningCeremony #MeinWeg #WirfuerD



Red X icon

Marke 123 **Marke123** @Marke123 29. Jul 2024

Großartig! @Athlet\*inName, Markenbotschafter\*in von Marke 123

**Athletin Name** @athletinname 28. Jul 2024

Ich hab's geschafft!



Red X icon

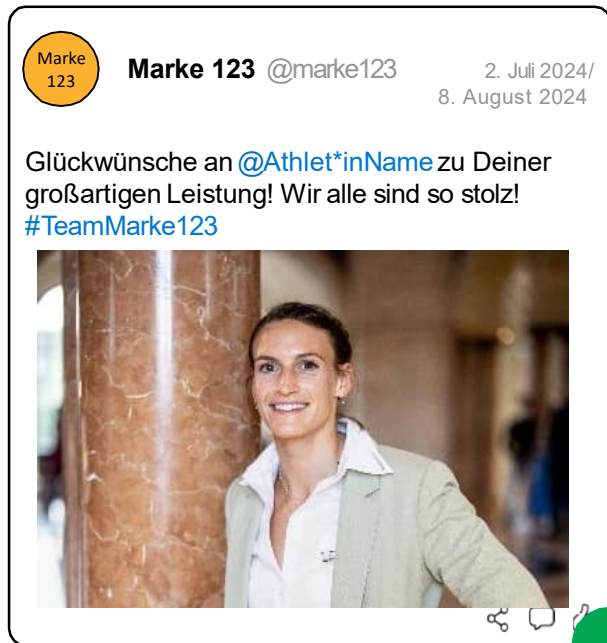
Sponsoren dürfen **nicht-olympische Wettkampfbilder** von gesponserten Athleten retweeten, teilen oder reposten, solange die Zulässigkeitskriterien in Bild und Text eingehalten werden.

**Nicht-olympische Partner** dürfen Inhalte von IOC/OCOG/DOSB/Team Deutschland etc. **nicht retweeten, teilen oder reposten.**

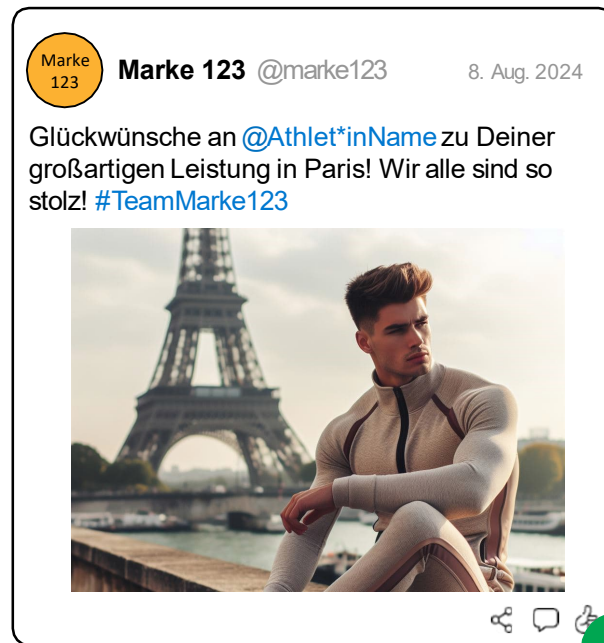
Olympische Bilder, auf denen **geschützte Symbole** abgebildet werden, dürfen **nicht** zur werbemäßigen Nutzung **getweetet, geteilt oder gerepostet werden.**



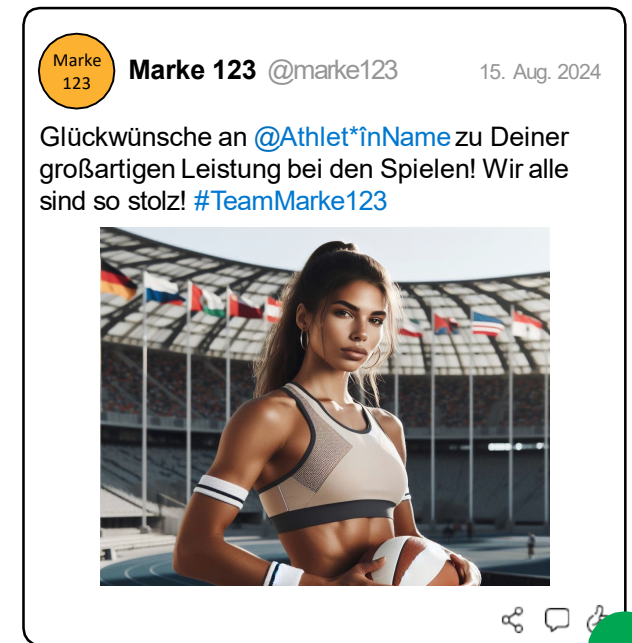
# Beispiel 6: Social Media Kommunikation



Grußbotschaften und Glückwünsche von Sponsoren an Athleten sind vor und auch während den Olympischen Spiele erlaubt, wenn **auf geschützte Begrifflichkeiten und Symbole verzichtet** wird.



Ikonische Bauwerke dürfen als Bildmotive genutzt werden.



Olympische Nicht-Wettkampfbilder dürfen genutzt werden, solange **ausschließlich neutrale Kleidung** getragen wird. Das Tragen neutraler Kleidung stellt **keinen Verstoß gegen die olympische Kleiderordnung** dar.



# Beispiel 6: Social Media Kommunikation

Marke 123 **Marke123** @Marke123 27. Jul 2024

Unser Markenbotschafter @Athlet\*inName ist in Paris dabei! Wir freuen uns darauf deine Erfolge zu feiern!

Team D @teamdeutschland 25. Jul 2024

Raceday!!! #einTeam #WirfuerD # TeamD




Bildquelle: <https://img.picturealliance.sodatech.com/KAMI/public/250994681.jpg>

Red X icon

Nicht-Olympische Partner dürfen Inhalte von IOC/OCOG/DOSB/Team Deutschland etc. **nicht retweeten, teilen oder reposten**. Das gilt auch für Darstellungen von gesponserten Athleten.

Marke 123 **Marke 123** @Marke123 15. Aug. 2024

Glückwünsche an @Athlet\*inName zu Deiner großartigen Leistung in diesem Sommer! Wir alle sind so stolz! #TeamMarke123



Red X icon

Glückwünsche sind nicht erlaubt, wenn in Bild und/oder Text die **Zulässigkeitskriterien nicht eingehalten** werden.

Hier: Olympische Ringe im Bild

Marke 123 **Marke 123** @Marke123 15. Aug. 2024

Glückwünsche an @Athlet\*inName zu Deiner großartigen Leistung bei den **Olympischen Spielen!** Wir alle sind so stolz! #TeamMarke123



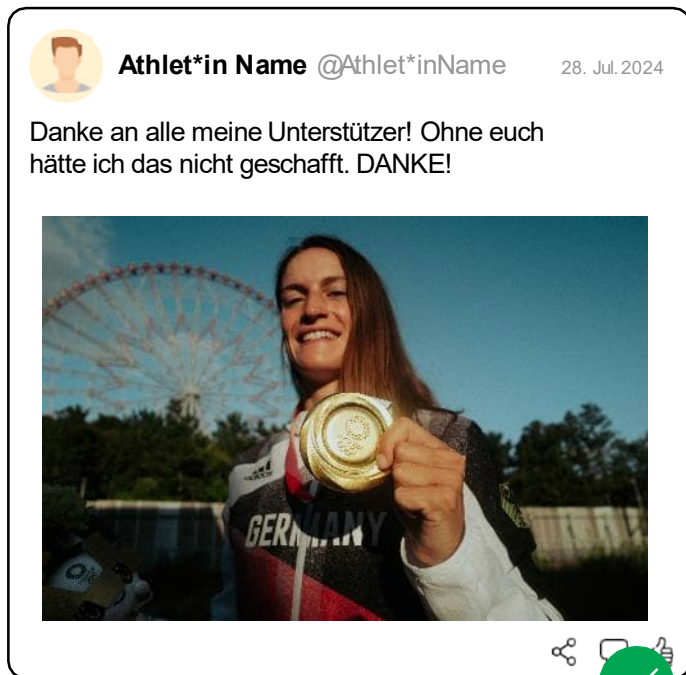
Red X icon

Glückwünsche sind nicht erlaubt, wenn in Bild und/oder Text die **Zulässigkeitskriterien nicht eingehalten** werden.

Hier: „Olympische Spiele“

# Social Media Nutzung durch Athlet\*innen

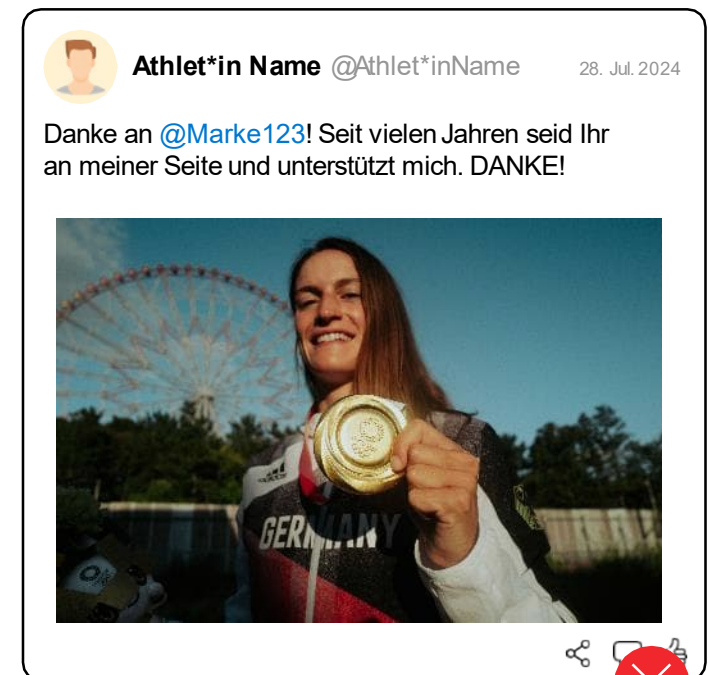
# Beispiel 7: Danksagung von Athlet\*innen



Bilder mit geschützten Symbolen dürfen für **Danksagungen** genutzt werden, wenn es sich um eine **nicht-werbemäßige Nutzung** handelt.




**Danksagungen** von Athleten an Sponsoren sind erlaubt, solange in Bild und Text die **Zulässigkeitskriterien eingehalten** werden.




**Danksagungen** von Athleten an ihren Sponsoren sind nicht erlaubt, wenn in Bild und/oder Text die **Zulässigkeitskriterien nicht eingehalten** werden. Auf diesem Bild sind offizielle Olympiakleidung und eine olympische Medaille zu sehen.


# Beispiel 8: Teilen/Reposten

 **Athlet\*in Name** @Athlet\*inName 26. Jul 2024


Wettkampftag. Heute gilt es. Ich kann es kaum erwarten!  
[#TeamD](#)


 **Team D** @teamdeutschland 25. Jul 2024

Raceday!!! [#einTeam](#) [#WirfuerD](#) [#TeamD](#)




Bildquelle: <https://img.picturealliance.sodatech.com/KAMI/public/250994681.jpg>




 **Athlet\*in Name** @Athlet\*inName 26. Jul 2024


Heute ist der große Tag. Endlich geht es los! Danke an [@Marke123](#) für die Unterstützung!  
[#TeamD](#)


 **Team D** @teamdeutschland 25. Jul 2024

Raceday!!! [#einTeam](#) [#WirfuerD](#) [#TeamD](#)




Bildquelle: <https://img.picturealliance.sodatech.com/KAMI/public/250994681.jpg>




 **Athlet\*in Name** @Athlet\*inName 26. Jul 2024


Heute ist der große Tag. Ich kann es kaum erwarten! Danke an [@Marke123](#) für die Unterstützung bei den Spielen in [#Paris2024](#).  
[#TeamD](#)

 **Team D** @teamdeutschland 25. Jul 2024

Raceday!!! [#einTeam](#) [#WirfuerD](#) [#TeamD](#)



Bildquelle: <https://img.picturealliance.sodatech.com/KAMI/public/250994681.jpg>



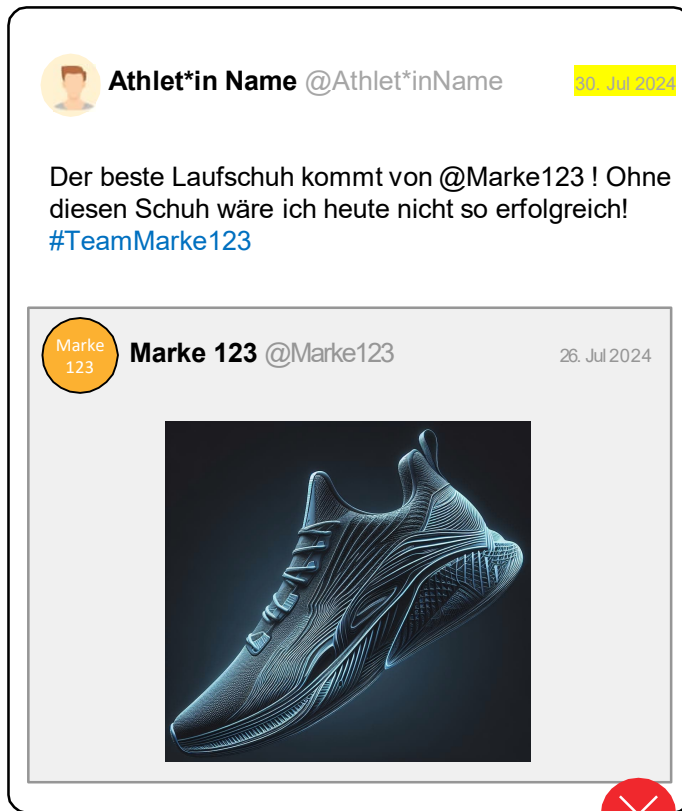
Mitglieder von Team Deutschland dürfen Inhalte von IOC/OCOG/DOSB/Team Deutschland etc. retweeten, teilen oder reposten.

**Geteilte Inhalte** von IOC/OCOG/DOSB/Team Deutschland, etc. **dürfen Grußbotschaften** an Sponsoren **enthalten**. Der **Text muss den Zulässigkeitskriterien entsprechen**.

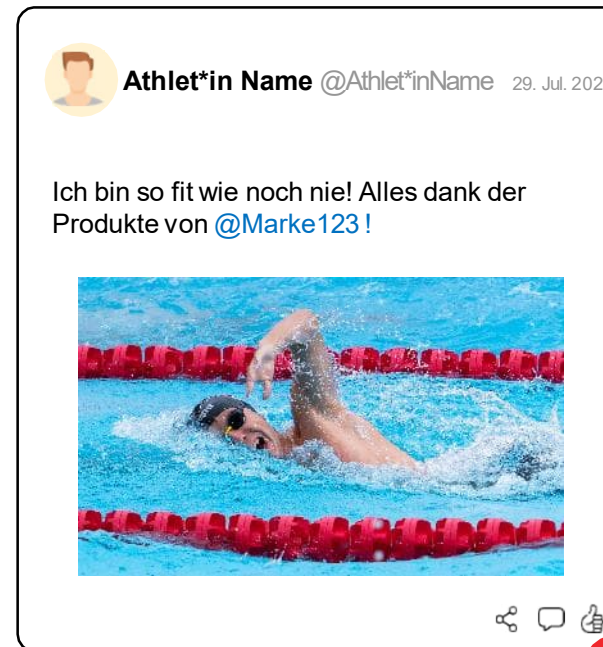
**Alleine die Grußbotschaft** oder Danksagung für sich betrachtet **muss die Zulässigkeitskriterien** (vgl. S. 11-17) **wahren** und darf nicht unter die Ausnahmeklausel (vgl. S. 18) fallen.



# Beispiel 9: Bezug zu Sponsor und Produkten



Produktwerbung und **Bezugnahme** auf die (olympische) **Wettkampfleistung**, sowie die **Nutzung von geschützten Begriffen** zu kommerziellen Zwecken ist **nicht gestattet**.



Wenn ein **Bezug** zwischen der **Wettkampfleistung** des Athleten und den **Produkten** oder **Dienstleistungen** des Sponsors hergestellt wird, handelt es sich um **unzulässige Werbung**.

# Sponsorenübersicht des Team Deutschland

TOP Partner															
KEY Partner		 <small>PREMIUM PARTNER</small>													
Partner															
weltweite olympische Partner															

# Fragen?

**T E A M**



Bitte jegliche Anliegen an [athletenkommunikation@dosb.de](mailto:athletenkommunikation@dosb.de) richten  
Wir helfen gerne weiter!

Alle genutzten Fotos entstammen der © picture alliance