

# SCHWEIZER CUP SAISON 2010/2011

EIN LEITFADEN FÜR DIE TEILNEHMENDEN CLUBS



PRESENTING SPONSOR



OFFICIAL SPONSORS



green.ch

SWISSHÄUS

NATIONAL BROADCASTER

SRG SSR **idée suisse**

## INHALTSVERZEICHNIS

Vorbemerkungen .....	3
1. Spielbetrieb.....	3
1.1. Übersicht.....	3
1.2. Teilnehmer .....	3
1.3. Modus .....	3
1.4. Spieldaten und Anspielzeiten.....	4
1.5. Karten und Suspensionen.....	4
1.6. Sicherheitsfragen .....	4
1.7. TV.....	5
1.8. Pikett-Dienst .....	5
2. Finanzielles; Leistungen an die teilnehmenden Vereine.....	5
2.1. Prämien .....	5
2.2. Matcheinnahmen von der ersten bis und mit der dritten Runde .....	5
2.3. Matcheinnahmen ab der vierten Runde.....	6
2.4. Sponsorentickets .....	6
2.5. Abrechnung.....	6
3. Kommerzielles; Rechte der Schweizer Cup Sponsoren .....	6
3.1. Vorbemerkungen.....	6
3.2. Die offizielle Bezeichnung: Schweizer Cup.....	6
3.3. Corporate Design, Drucksachen.....	6
3.3.1. Corporate Design (CD).....	6
3.3.2. Matchprogramme .....	6
3.3.3. Matchplakate .....	7
3.3.4. Gut zum Druck und Belegexemplare.....	7
3.4. Audio und Video im Stadion .....	7
3.4.1. Lautsprecherspots.....	7
3.4.2. Anzeigetafel/Videowall.....	7
3.5. Einlaufzeremonie.....	7
3.6. Werbung im und um das Stadion .....	7
3.7. Präsentationsflächen.....	7
3.8. Sampling .....	8
3.9. Trikotwerbung .....	8
3.10. Internet.....	8
3.11. Unterzeichnete Artikel der Finalisten .....	8
3.12. Sponsoren-Tickets, VIP-Access und Parkplatzkarten .....	8
3.12.1. Sponsoren-Tickets .....	8
3.12.2. VIP-Access .....	9
3.12.3. Parkplatzkarten.....	9
4. Kontaktadressen.....	9

### PRESENTING SPONSOR



### OFFICIAL SPONSORS



### NATIONAL BROADCASTER



## Vorbemerkungen

Der vorliegende Leitfaden stützt sich auf das Schweizer Cup Reglement des Schweizerischen Fussballverbandes (SFV), das in jedem Fall verbindlich bleibt. Dieses Reglement findet sich im Internet unter [www.football.ch](http://www.football.ch), Schweizerischer Fussballverband, Schweizer Cup.

Weiter enthält der vorliegende Leitfaden in Ausführung des Schweizer Cup Reglements verbindliche Weisungen über Rechte und Pflichten der teilnehmenden Vereine im Bereich der kommerziellen Rechte am Schweizer Cup (siehe unten Ziff. 2 und 3; vgl. Art. 9 des Schweizer Cup Reglements).

## 1. Spielbetrieb

### 1.1. Übersicht

Runde	Teilnehmer	Spezielles
1 (1/32-Final)	64 (26 Mannschaften aus der SFL; 12 aus der 1. Liga; 26 aus der AL)	- Heimrecht des Unterklassigen - Mannschaften der SFL treffen nicht aufeinander
2 (1/16-Final)	32 Sieger der 1. Runde	- Heimrecht des Unterklassigen - Mannschaften der Axpo Super League treffen nicht aufeinander
3 (1/8-Final)	16 Sieger der 2. Runde	- Heimrecht des Unterklassigen - Mannschaften der Axpo Super League treffen soweit möglich nicht aufeinander
4 (1/4-Final)	8 Sieger der 3. Runde	
5 (1/2-Final)	4 Sieger der 4. Runde	
6 (Final)	2 Sieger der 5. Runde	

### 1.2. Teilnehmer

An der ersten Runde des Schweizer Cup nehmen 64 Mannschaften teil.

Gesetzt bzw. automatisch für die erste Runde qualifiziert sind die Klubs der Swiss Football League (SFL; ohne allfällige Vereine aus dem Fürstentum Liechtenstein).

Aus der 1. Liga nehmen zwölf Vereine an der ersten Runde des Schweizer Cup teil. Zusätzlich steht der 1. Liga der Platz des liechtensteinischen SFL-Klubs FC Vaduz zu. Die Vertreter der 1. Liga werden in zwei Qualifikationsrunden im Cupsystem, die jeweils im August vor Meisterschaftsbeginn gespielt werden, ermittelt. Der entsprechende Wettbewerb wird von der 1. Liga organisiert. Nicht teilnahmeberechtigt an diesen Qualifikationsrunden sind die in der 1. Liga engagierten U 21-Nachwuchsmannschaften der SFL.

Die Amateur Liga stellt 26 Teilnehmer an der ersten Runde des Schweizer Cup, zehn aus der 2. Liga interregional und 16 aus den Regionalverbänden. Die Teams der 2. Liga interregional (wie in der 1. Liga ohne U 21-Nachwuchsmannschaften der SFL) tragen im August drei Qualifikationsrunden im Cupsystem aus. Diese werden von der Amateur Liga des SFV organisiert. Die 13 Regionalverbände haben Anspruch auf je einen Teilnehmer, die drei grössten Regionen (FVBJ, FVRZ, OFV) melden zusätzlich je einen zweiten Vertreter. Die Regionalverbände ermitteln ihre Teilnehmer an der ersten Runde des Schweizer Cup im Regelfall in regionalen Cupwettbewerben, die bereits ein Jahr vor dem jeweiligen Schweizer Cup beginnen.

Unabhängig von ihrer Ligazugehörigkeit nicht teilnahmeberechtigt sind Vereine aus dem Fürstentum Liechtenstein.

### 1.3. Modus

Der Gewinner des Schweizer Cup steht nach sechs Runden (1/32-, 1/16-, 1/8-, 1/4- und 1/2-Final, Final) fest.

Alle Partien werden ausgelost.

Es gibt keine gestaffelte Teilnahme, d.h. auch die Vereine der 1. Liga und der SFL nehmen schon ab der ersten Runde am Schweizer Cup teil.

In der ersten Runde können die Vereine der SFL nicht aufeinander treffen. In der zweiten und soweit möglich auch in der dritten Runde sind Direktbegegnungen zwischen Klubs der Axpo Super League ausgeschlossen. Entsprechend ist die Chance für die qualifizierten unterklassigen Vereine, sich einmal mit einem der ganz grossen Namen des Schweizer Fussballs messen zu können, um ein Vielfaches höher.

#### PRESENTING SPONSOR



#### OFFICIAL SPONSORS



#### NATIONAL BROADCASTER



Bis und mit der dritten Runde hat die unterklassige Mannschaft Heimvorteil, was in Verbindung mit dem Umstand, dass die Vereine der SFL bereits ab der ersten Runde am Schweizer Cup teilnehmen, eigentliche Fussballfeste, die ganze Dörfer und Regionen in ihren Bann zu ziehen vermögen, garantiert.

#### 1.4. Spieldaten und Anspielzeiten

Gemäss dem Schweizer Cup Reglement (vgl. dort Art. 8) werden die Spieldaten und die Anspielzeiten durch den SFV (und nicht etwa durch den Heimverein) festgelegt. Selbstverständlich wird jedoch den diesbezüglichen Wünschen der Vereine soweit möglich Rechnung getragen. Daneben hat der SFV bei der Ansetzung der Spiele aber insbesondere auch die Interessen der TV-Rechteinhaber und der an Europacup-Wettbewerben teilnehmenden Klubs zu wahren.

Bei Spielen ohne Beteiligung eines Klubs der Axpo Super League ist der Heimverein bis und mit den Achtelfinals in aller Regel in der Wahl der Anspielzeit frei. Der jeweilige Heimverein hat die Anspielzeit dem SFV und dem Gastverein so rasch als möglich, spätestens aber drei Tage nach der Auslosung, zu melden.

Bei Spielen mit Beteiligung von mindestens einem Klub der Axpo Super League und generell bei allen Spielen ab den Viertelfinals setzt sich der SFV rechtzeitig mit dem jeweiligen Heimverein in Verbindung.

Für die Saison 2010/11 wurden folgende Termine festgelegt (Änderungen vorbehalten):

1. Runde:	18./19. September 2010
2. Runde:	16./17. Oktober 2010
3. Runde:	20./21. November 2010
4. Runde:	2. März 2011
5. Runde:	28. April 2011
Final:	29. Mai 2011

Die Anspielzeiten sowie die Nummern der einzelnen Spiele werden im Internet unter [www.football.ch](http://www.football.ch), Schweizerischer Fussballverband, Schweizer Cup publiziert.

#### 1.5. Karten und Suspensionen

Verwarnungen aus Meisterschaft und Schweizer Cup werden nicht zusammengezählt. Zudem werden Verwarnungen in jedem Cup-Wettbewerb separat gezählt, wobei der eigentliche Schweizer Cup (erste Runde bis und mit Final), die Qualifikationswettbewerbe der 1. Liga und der 2. Liga interregional zum Schweizer Cup sowie die Cupwettbewerbe der Regionalverbände je als separater Wettbewerb gelten. Mit anderen Worten starten die Spieler aller an der ersten Runde des Schweizer Cup teilnehmenden Mannschaften mit reiner Weste. Aber aufpasst: offene Suspensionen aus Karten der letzten Saison des Schweizer Cup müssen zu Beginn des neuen Schweizer Cup Wettbewerbs noch abgelesen werden. Zudem können Karten aus Spielen der Qualifikationswettbewerbe in der nächsten Saison noch Suspensionen im entsprechenden Wettbewerb zur Folge haben.

Die zweite, vierte, sechste, etc. Verwarnung in Spielen des Schweizer Cup haben je eine Suspension für ein Spiel des Schweizer Cup zur Folge. Gleiches gilt für eine gelb-rote Karte in einem Schweizer Cup Spiel. Demgegenüber sind Suspensionen infolge direkter roter Karten in allen Wettbewerben abzusetzen. Eine direkte rote Karte in einem Meisterschaftsspiel kann daher eine Suspension im Schweizer Cup zur Folge haben und umgekehrt (vgl. zum Ganzen die «Richtlinien für Disziplinarstrafen»).

#### 1.6. Sicherheitsfragen

In Sachen Sicherheit wird auf Artikel 12bis des Schweizer Cup Reglements verwiesen. Ausserdem sind die Artikel 14 und 15 des Wettspielreglements des SFV zu beachten.

Bei Spielen zwischen einem Verein aus dem Amateurbereich (1. Liga und tiefer) und einem Klub der Axpo Super League wird dem unterklassigen Heimverein in jedem Fall unentgeltlich ein Coach zur Seite gestellt. Dieser berät den Amateur-Klub in allen Sicherheitsfragen.

Bei Partien zwischen Klubs der 1. Liga und tiefer und Vereinen der Challenge League kann der unterklassige Platzklub beim SFV unentgeltlich eine entsprechende Beratung anfordern.

Schliesslich werden alle Spiele mit Beteiligung eines Axpo-Super-League-Klubs von einem Sicherheitsdelegierten inspiziert. Die Inspektion weiterer Spiele bleibt vorbehalten.

#### PRESENTING SPONSOR



#### OFFICIAL SPONSORS



#### NATIONAL BROADCASTER



Der SFV steht den teilnehmenden Klubs für Sicherheitsfragen per Mail kpz@football.ch oder telefonisch (079 635 07 05) jederzeit gerne zur Verfügung.

### 1.7. TV

Bei Spielen, welche von der SRG SSR idée suisse produziert werden (in der Regel alle Spiele mit Beteiligung eines Klubs der Axpo Super League sowie generell alle Spiele ab Achtelfinals), haben die Heimklubs der SRG SSR idée suisse bzw. deren Produktionsfirma die erforderliche Infrastruktur (diverse Kamerapodeste, Kommentarpodeste, Reportagewagenparkplatz, etc.) auf eigene Kosten zur Verfügung zu stellen.

Bei allen Spielen mit TV-Präsenz findet im Vorfeld eine Re-kognosierung durch den zuständigen Produktionsleiter oder Regisseur statt, bei der alle Details besprochen werden (z.B. Akkreditierungen, Kamerapositionen, Kommentatorenplätze, ISDN-Leitungen, etc.).

Ansprechpartner für alle Fragen in diesem Zusammenhang ist die SRG SSR, Business Unit Sport, Frau Karin Nussbaumer, karin.nussbaumer@bus.srg.ch.

### 1.8. Pikett-Dienst

Bei Zweifeln über die Spielbarkeit des Terrains oder anderen unvorhergesehenen Zwischenfällen, steht den teilnehmenden Klubs rund um die Spieltage ein Pikett-Dienst unter der Nummer 079 933 17 00 zur Verfügung.

## 2. Finanzielles; Leistungen an die teilnehmenden Vereine

### 2.1. Prämien

Die durch die Abtretung der zentralen Vermarktungsrechte am Schweizer Cup (vgl. dazu Ziff. 3 unten) an die Vermarktungs-agentur IMG (Schweiz) AG erzielten Einnahmen ermöglichen es dem SFV, den am Schweizer Cup teilnehmenden Vereinen eine Prämie auszurichten. Die Höhe dieser Prämie hängt vom sportlichen Abschneiden eines Vereins ab: je weiter ein Verein im Schweizer Cup kommt, desto höher fällt seine Prämie aus. Sie beträgt für...

- Klubs, die in der ersten Runde ausscheiden (1/32-Final):	je Fr.	3'000.-
- Klubs, die in der zweiten Runde ausscheiden (1/16-Final):	je Fr.	7'500.-
- Klubs, die in der dritten Runde ausscheiden (1/8-Final):	je Fr.	15'000.-
- Klubs, die in der vierten Runde ausscheiden (1/4-Final):	je Fr.	75'000.-
- Klubs, die in der fünften Runde ausscheiden (1/2-Final):	je Fr.	150'000.-
- Cupfinalist und Cupsieger:	je Fr.	300'000.-

### 2.2. Matcheinnahmen von der ersten bis und mit der dritten Runde

Im Schweizer Cup werden die Spiele von der ersten bis und mit der dritten Runde auf Rechnung und Gefahr der Heimklubs ausgetragen. Die Heimvereine können also die gesamten Einnahmen aus diesen Spielen für sich behalten. Sie tragen aber - mit Ausnahme der Reisekosten des Gastvereins, vgl. dazu sogleich - auch alle entstehenden Kosten (Entschädigung des Schiedsrichtertrios, Werbekosten, Sicherheitsdienst, etc.).

Die von der ersten bis zur dritten Runde auswärts spielenden Vereine erhalten pro Spiel an Stelle einer Partizipation an den Einnahmen des Heimvereins vom SFV folgende Pauschalentschädigung, mit der auch die Reisekosten abgegolten werden:

- Vereine der Axpo Super League:	Fr.	5'000.-
- Vereine der Challenge League:	Fr.	3'000.-
- Vereine der 1. Liga:	Fr.	2'000.-
- Vereine der Amateur Liga:	Fr.	2'000.-

Von der vorstehenden Regelung ausgenommen sind Begegnungen zwischen zwei Vereinen der SFL. Bei solchen Spielen werden die Nettoeinnahmen nach dem herkömmlichen System zwischen dem Heim- und dem Gastverein geteilt. Entsprechend erhalten die Vereine der SFL, die auswärts gegen einen anderen Verein der gleichen Abteilung anzutreten haben, auch keine Entschädigung.

#### PRESENTING SPONSOR



#### OFFICIAL SPONSORS



#### NATIONAL BROADCASTER



### 2.3. Matcheinnahmen ab der vierten Runde

Ab der vierten Runde des Schweizer Cup werden die Nettoeinnahmen (bzw. ein allfälliges Defizit) zwischen dem Heim- und dem Gastverein nach dem bekannten herkömmlichen System geteilt (vgl. Art. 18 bis 20 des Schweizer Cup Reglements; ein entsprechendes Berechnungsformular kann auf [www.football.ch](http://www.football.ch), SFV, Schweizer Cup herunter geladen werden). Folglich werden ab der vierten Runde auch keine Entschädigungen an die auswärts spielenden Mannschaften mehr ausgerichtet.

### 2.4. Sponsorentickets

Die Sponsoren des Schweizer Cup haben Anrecht auf bestimmte Kontingente an Eintrittskarten zu allen Cupspielen. Die von den Sponsoren bezogenen Karten werden den Vereinen vom SFV gesondert zum effektiven Preis vergütet (vgl. dazu Ziff. 3.12.1 unten).

### 2.5. Abrechnung

Nach jeder Runde erhalten alle Vereine vom SFV eine Abrechnung über die drei Posten «Prämien» (für den Fall des Ausscheidens), «Entschädigung für Gastvereine» und «Sponsorentickets». Der resultierende Gesamtbetrag wird den Vereinen vom SFV überwiesen.

## 3. Kommerzielles; Rechte der Schweizer Cup Sponsoren

### 3.1. Vorbemerkungen

Als Gegenleistung für ihr finanzielles Engagement, das wie oben erwähnt hauptsächlich den am Schweizer Cup teilnehmenden Klubs zu Gute kommt (vgl. Ziff. 2 vorstehend), steht den Sponsoren des Schweizer Cup ein attraktiver, werbewirksamer Auftritt an allen Cupspielen zu. Die teilnehmenden Vereine sind daher verpflichtet, die nachfolgenden Weisungen betreffend die einzelnen Werbemassnahmen rund um den Schweizer Cup (siehe unten Ziff. 3.2 ff.) und betreffend Tickets, VIP-Access und Parkplatzkarten (siehe dazu unten Ziff. 3.12) zu befolgen. Bei Missachtung dieser Weisungen können die unter Ziff. 2 vorstehend erwähnten finanziellen Leistungen gekürzt oder gestrichen werden. Disziplinar massnahmen bleiben vorbehalten (vgl. Art. 9 Ziff. 5 des Schweizer Cup Reglements).

Für jedes einzelne Spiel wird ein Vertreter der Vermarktungsagentur IMG (Schweiz) AG (fortan IMG) auf den Heimverein zukommen und mit diesem die konkret zu treffenden Massnahmen absprechen. Selbstverständlich steht auch der SFV jederzeit für Fragen in diesem Zusammenhang zur Verfügung.

### 3.2. Die offizielle Bezeichnung: Schweizer Cup

Der Wettbewerb heisst seit der Saison 2008/09 wieder offiziell Schweizer Cup (Coupe Suisse, Coppa Svizzera). Die Vereine sind verpflichtet, in Ihrer gesamten Kommunikation rund um die Cupspiele (Matchplakate, Matchprogramme, Eintrittskarten, Lautsprecherdurchsagen, Werbung, etc.) die offizielle Bezeichnung Schweizer Cup (Coupe Suisse, Coppa Svizzera) zu verwenden.

### 3.3. Corporate Design, Drucksachen

#### 3.3.1. Corporate Design (CD)

Der SFV und IMG haben für den Schweizer Cup ein spezielles Corporate Design (CD) mitsamt einem eigenen Cup-Logo entwickeln lassen. Feste Bestandteile dieses CD sind auch die maximal sechs Marken bzw. Logos der Sponsoren des Schweizer Cup. Das Cup-Logo sowie die Sponsorenlogos figurieren bspw. auf dem speziellen Briefpapier, das vom SFV im Zusammenhang mit dem Schweizer Cup verwendet wird. Für die weitere Verbreitung ist dieses CD von den Vereinen rund um die Cupspiele wo immer möglich einzusetzen (z.B. in Matchprogrammen, auf Matchplakaten, etc.). Zu diesem Zweck stellt IMG den teilnehmenden Vereinen in elektronischer Form (CD-Rom) einen so genannten Logobalken zur Verfügung. Dieser darf nicht verändert werden.

#### 3.3.2. Matchprogramme

In allfälligen Matchprogrammen, die von den Vereinen in eigener Regie hergestellt werden, steht IMG bzw. den Sponsoren das Recht auf ein Advertorial (Grusswort) und auf eine separat bezahlte Anzeige zu. Ausserdem ist auf der ersten Seite eines allfälligen Matchprogramms der erwähnte Logobalken anzubringen (Umfang: mindestens 10% der Gesamtfläche der Titelseite). IMG stellt den Heimklubs für ihre in eigener Regie produzierten Matchprogramme in elektronischer Form Vorlagen des Logobalkens sowie des Advertorials und der Anzeige des Presenting-Sponsors zur Verfügung.

#### PRESENTING SPONSOR



#### OFFICIAL SPONSORS



#### NATIONAL BROADCASTER



Klubs, die kein eigenes Matchprogramm herstellen, bietet IMG auf Wunsch unentgeltlich elektronische Vorlagen an, mit deren Hilfe sehr attraktive Matchprogramme im Format A5 und A4 produziert werden können. In diesen Vorlagen sind die erforderlichen Inserate bereits enthalten. Daneben steht den Vereinen genügend Platz für den Verkauf eigener Anzeigen zur Verfügung. Das so produzierte Matchprogramm kann der Verein am Spiel verteilen bzw. verkaufen.

### 3.3.3. Matchplakate

Auf allfälligen eigenen Matchplakaten der Vereine für Schweizer Cup Spiele ist der erwähnte Logobalken des Schweizer Cup mit dem Cup-Logo sowie den Sponsorenlogos anzubringen (Umfang: mindestens 10% der Gesamtfläche des Plakats). Dies können die Vereine mit Hilfe der elektronischen Vorlage des Logobalkens (CD-Rom) bewerkstelligen.

Vereinen, die über keine eigenen Matchplakate verfügen, bietet IMG auf Wunsch eine entsprechende Vorlage in elektronischer Form an.

### 3.3.4. Gut zum Druck und Belegexemplare

Jede Verwendung des CI/CD des Schweizer Cup (Ziff. 3.3.1) auf Matchprogrammen (Ziff. 3.3.2) und Matchplakaten (Ziff. 3.3.3) ist IMG rechtzeitig im Voraus per E-Mail an [daniel.eder@imgworld.com](mailto:daniel.eder@imgworld.com) zum Gut zum Druck zu unterbreiten.

Nach dem Spiel haben die Klubs IMG von den allfälligen Matchprogrammen und -plakaten je 3 Belegexemplare zuzustellen (Adresse siehe Ziff. 4 unten).

## 3.4. Audio und Video im Stadion

### 3.4.1. Lautsprecherspots

In Stadien, in denen die erforderliche Infrastruktur für die Wiedergabe von Tonträgern (CD, Musikkassette) vorhanden ist, darf diese von den Schweizer Cup Sponsoren vor und nach dem Spiel sowie in der Pause für Werbung verwendet werden. Insgesamt stehen den Sponsoren pro Spiel acht Audio-Spots von je maximal 30 Sekunden Dauer zu. Die entsprechenden Tonträger werden den Heimvereinen abgegeben. Sollte die notwendige Infrastruktur fehlen, kann der Stadionsprecher die

Werbetexte ersatzweise über das Mikrofon vorlesen. Weiter hat IMG das Recht, im Rahmen der Einlaufzeremonie (vgl. Ziff. 3.5.) die offizielle Cup-Hymne abzuspielen.

### 3.4.2. Anzeigetafel/Videowall

Denjenigen Klubs, die über ein Stadion mit einer Anzeigetafel bzw. einer Videowall verfügen, werden von IMG Videotapes oder DVDs geliefert, die vor und nach dem Spiel sowie in der Pause abzuspielen sind. Total haben die Sponsoren des Schweizer Cup Anrecht auf sechs Videowerbeeinlagen von je maximal 30 Sekunden Dauer pro Spiel.

## 3.5. Einlaufzeremonie

IMG wird bei allen Spielen nach Möglichkeit Fahnen im neutralen Cup-Design in die Einlaufzeremonie (Einmarsch der Spieler vor dem Anpfiff) integrieren.

## 3.6. Werbung im und um das Stadion

Nach Absprache mit dem Heimverein kann IMG freie Werbeflächen in und um die Stadien, in denen Spiele um den Schweizer Cup zur Austragung gelangen, verwenden. In diesem Zusammenhang werden sich die Vertreter von IMG mit den jeweiligen Heimvereinen direkt in Verbindung setzen.

Ferner wird IMG attraktive Schweizer Cup Fahnen zur Verfügung stellen. Diese können an bestehenden oder eigens dafür mitgelieferten Fahnenstangen aufgezogen werden.

Je nach Stadion werden die Werbemassnahmen entweder von Vertretern der IMG selber vor Ort installiert oder es wird den Vereinen eine so genannte Toolbox mit Werbematerial zugestellt. In letzterem Fall kann das Material von den Vereinen selber angebracht werden.

## 3.7. Präsentationsflächen

Sofern der notwendige Platz dafür vorhanden ist, haben die Sponsoren des Schweizer Cup gesamthaft Anrecht auf folgende Flächen zum Aufbau eines Präsentationstandes oder dergleichen:

#### PRESENTING SPONSOR



#### OFFICIAL SPONSORS



#### NATIONAL BROADCASTER



- 1.-3. Runde: mindestens 16 m<sup>2</sup> pro Spiel
- 4.-5. Runde: mindestens 24 m<sup>2</sup> pro Spiel

Allfällige Bau- und/oder Organisationskosten gehen zu Lasten von IMG.

### 3.8. Sampling

Die Sponsoren sind berechtigt, an den Spielen des Schweizer Cup den Zuschauerinnen und Zuschauern im Stadion in eigener Regie und auf eigene Kosten Werbematerial abzugeben. Die Klubs haben IMG die hierfür erforderlichen Akkreditierungen zur Verfügung zu stellen.

### 3.9. Trikotwerbung

Bei Spielen des Schweizer Cup ist Werbung von allfälligen Abteilungssponsoren auf den Trikots der teilnehmenden Mannschaften ausgeschlossen. IMG hat das Recht, bei Schweizer Cup Spielen auf den Trikots aller teilnehmenden Klubs einen selbstklebenden Textilkleber mit dem kombinierten Logo des Schweizer Cup und des Presenting-Sponsors anzubringen. Diese Kleber werden den Vereinen im Vorfeld jeder Cuprunde von IMG zugestellt. Sie sind von den Klubs auf die Brustseite der Trikots bzw. an die Stelle zu kleben, an welcher in der Meisterschaft der Badge eines allfälligen Abteilungssponsors figuriert. Im Falle der Produktion eines speziellen Trikots für ein bestimmtes Cupspiel (insbesondere für den Final) ist das Kombilogo nach Möglichkeit direkt auf das Shirt zu drucken. IMG liefert den Klubs auf Anfrage entsprechende Druckvorlagen.

### 3.10. Internet

Auf der Website des Schweizer Cup ([www.football.ch](http://www.football.ch) oder [www.schweizercup.ch](http://www.schweizercup.ch)) finden sich alle relevanten Informationen wie Termine, Suspensionen, etc. rund um den Schweizer Cup. Ausserdem werden auch die teilnehmenden Mannschaften präsentiert. In diesem Zusammenhang werden die teilnehmenden Klubs ersucht, dem SFV ihr Klublogo in elektronischer Form (eps, jpg oder gif, mindestens 145x145 Pixel und 72 dpi Auflösung) zuzustellen, sofern dies nicht bereits erfolgt ist (Kontakt siehe unten Ziffer 4).

### 3.11. Unterzeichnete Artikel der Finalisten

Die beiden Finalisten haben IMG spätestens eine Woche vor dem Final 20 von allen Kadermitgliedern unterschriebene Nachbildungen des offiziellen Klubtrikots (Replica-Shirts) und 6 mit den gleichen Unterschriften versehene offizielle Finalbälle zu liefern. Die Bälle werden den Finalisten von IMG rechtzeitig zur Verfügung gestellt. Die Trikots werden von den Clubs gestellt.

### 3.12. Sponsoren-Tickets, VIP-Access und Parkplatzkarten

#### 3.12.1. Sponsoren-Tickets

Als Gegenleistung für ihr Engagement stehen den Sponsoren vertraglich auch gewisse Kontingente an Kaufkarten zu jedem Spiel um den Schweizer Cup zu. Sofern in ihrem Stadion die entsprechenden Kapazitäten überhaupt bestehen, haben die Heimvereine deshalb bis zwei Wochen vor einem Schweizer Cup-Spiel folgende Mengen an Kaufkarten der besten Sitzplatzkategorie für IMG zur Verfügung zu halten:

- 1. Runde (1/32-Final): 80 Karten pro Spiel
- 2. Runde (1/16-Final): 120 Karten pro Spiel
- 3. Runde (1/8-Final): 160 Karten pro Spiel
- 4. Runde (1/4-Final): 470 Karten pro Spiel
- 5. Runde (1/2-Final): 520 Karten pro Spiel

Alternativ haben die Sponsoren auch die Möglichkeit, Steh- statt Sitzplätze zu bestellen, wobei ein Sitzplatz jeweils einer im Einzelfall zu definierenden Anzahl Stehplätzen entspricht.

Selbstverständlich ist kein Verein gehalten, zur Sicherstellung dieser Kontingente in seinem Stadion bauliche Massnahmen zu treffen (etwa Zusatztribünen zu erstellen oder dergleichen).

Die genaue Anzahl Tickets wird spätestens zwei Wochen vor dem Spiel durch IMG bestellt. Es besteht allerdings keine Garantie für die Abnahme des gesamten Kontingents. Lediglich die von IMG tatsächlich bestellten Billette werden den Vereinen durch den SFV zusammen mit den Prämien und den Entschädigungen für die Gastvereine vergütet (vgl. Ziff. 2 oben).

Über die erwähnten Kontingente hinaus kann IMG (gegen gesonderte Rechnung) auch zusätzliche Tickets bestellen.

#### PRESENTING SPONSOR



#### OFFICIAL SPONSORS



#### NATIONAL BROADCASTER



Die bestellten Tickets sind an einer speziell gekennzeichneten Kasse, einem speziellen Tisch o.ä. für die Sponsoren bzw. deren Gäste bereit zu halten. Die dafür notwendigen Schilder (Orientierungshilfen) werden den Clubs kostenlos zur Verfügung gestellt. Die eingeladenen Gäste werden einen speziellen Voucher vorweisen, gegen den sie eine Eintrittskarte erhalten.

### 3.12.2. VIP-Access

In Stadien, in denen ein VIP-Bereich besteht, haben die Sponsoren Anrecht auf ein bestimmtes Kontingent an Zutrittsberechtigungen zu diesem Bereich. Diese Zutrittsberechtigungen werden wiederum spätestens zwei Wochen vor dem Spiel gegen gesonderte Rechnung durch IMG bestellt. Es handelt sich dabei um folgende Kontingente:

- 1. Runde (1/32-Final): 80 VIP-Access pro Spiel
- 2. Runde (1/16-Final): 120 VIP-Access pro Spiel
- 3. Runde (1/8-Final): 160 VIP-Access pro Spiel
- 4. Runde (1/4-Final): 470 VIP-Access pro Spiel
- 5. Runde (1/2-Final): 520 VIP-Access pro Spiel

In Stadien ohne VIP-Area kann IMG, sofern der dafür notwendige Platz vorhanden ist, in eigener Regie und auf eigene Kosten eine entsprechende Infrastruktur aufbauen und betreiben.

### 3.12.3. Parkplatzkarten

Wo vorhanden, stehen den Sponsoren pro Spiel folgende Parkplatzkontingente zu:

- 1. Runde (1/32-Final): 40 Karten pro Spiel
- 2. Runde (1/16-Final): 60 Karten pro Spiel
- 3. Runde (1/8-Final): 80 Karten pro Spiel
- 4. Runde (1/4-Final): 235 Karten pro Spiel
- 5. Runde (1/2-Final): 260 Karten pro Spiel

Wie die Tickets und die VIP-Zutritte werden auch die Parkplatzkarten spätestens zwei Wochen vor dem Spiel durch IMG bestellt.

## 4. Kontaktadressen

Für Fragen im Zusammenhang mit dem Schweizer Cup stehen Ihnen folgende Personen gerne zur Verfügung:

### Schweizerischer Fussballverband

Robert Breiter  
Postfach | 3000 Bern 15  
Tel. 031 950 81 63 | Fax 031 950 81 71  
breiter.robert@football.ch

### IMG (Schweiz) AG

Daniel Eder  
Förrlibuckstrasse 72 | 8005 Zürich  
Tel. +41 44 274 12 28 | Fax +41 44 274 12 60  
daniel.eder@imgworld.com

### Für Sicherheitsfragen (vgl. Ziff. 1.6.):

Tel. 079 635 07 05; E-Mail: kpz@football.ch

### Pikett-Dienst rund um die Spieltage (vgl. Ziff. 1.8.):

Tel. 079 933 17 00

#### PRESENTING SPONSOR



#### OFFICIAL SPONSORS



#### NATIONAL BROADCASTER

