



EASYCREDIT BBL

Richtlinie zur Verwendung von LED-Glasböden

Saison 2025/2026

Stand: 16. Juni 2025

EASYCREDIT BASKETBALL BUNDESLIGA

INHALTSVERZEICHNIS

1	ALLGEMEINES / GRUNDSÄTZLICHES.....	2
2	COURTDESIGN.....	2
3	WERBEFLÄCHEN & ANIMATIONEN	3
3.1	SICHTBARKEIT DER WERBEFLÄCHEN	3
3.2	WECHSEL DER WERBEFLÄCHEN.....	3
3.3	AUSNAHMEN AUßERHALB DES LAUFENDEN SPIELS	4
3.4	ANIMATIONEN WÄHREND DES LAUFENDEN SPIELS	4
4	TECHNISCHE AUSRÜSTUNG / AUSFALL.....	5
5	TV-PRODUKTIONSTEST (LICHT EINMESSUNG)	5
6	VORLÄUFIGE DAUER DER RICHTLINIE	5

PRÄAMBEL

Durch den LED-Glasboden ergeben sich neue Möglichkeiten für die Entwicklung der Liga. Der Einsatz in der BBL war und ist aktuell weltweit ein Novum im Ligabetrieb. Es bietet moderne und vielfältige Darstellungs- und Vermarktungsoptionen und trägt zur deutlich höheren Attraktivität des Live-Erlebnisses sowohl in der Arena als auch im TV bei. Im Grundsatz soll der Einsatz und die Aktivierung von LED-Glasboden über das bestehende Courtdesign hinaus gefördert und möglich gemacht werden. Folgende Regelungen dienen dazu, sich an ersten Leitplanken zu orientieren, dennoch die etablierten Richtlinien (Standards und Marketing) zu berücksichtigen und anhand derer auch Raum für Neuentwicklungen zu lassen, die dann zu gegebener Zeit neu evaluiert werden.

1 ALLGEMEINES / GRUNDSÄTZLICHES

Diese Regelungen beziehen sich auf die Nutzung des LED-Glasbodens und sind als Ergänzung zu allen bestehenden easyCredit BBL-Richtlinien zu verstehen.

Sofern in dieser Richtlinie nicht anders beschrieben, gelten damit die Regelungen aus den Richtlinien und Standards für Ligaspiele.

Werbemaßnahmen und jegliche sonstige Aktivierungen auf dem Glasboden dürfen nicht zu einer Störung des Spielbetriebs und sportlichen Wettbewerbs, insbesondere zu einer negativen Beeinträchtigung der Spieler, der Schiedsrichter und / oder Zuschauer in der Spielstätte sowie vor den Bildschirmen führen. Insbesondere die Farben der Aktivierungen/Animationen, die Helligkeit des LED-Glasbodens und die Bewegungsgeschwindigkeiten auf dem Glasboden müssen so ausgestaltet sein, dass sie weder die TV-Bildqualität negativ beeinträchtigen noch Spieler, Schiedsrichter und/oder Zuschauer vom Spielgeschehen ablenken.

2 COURTDISEIGN

Die Umsetzung der Einfärbung des Bodens muss analog den Standards (3.1 Boden) erfolgen und bedarf einer vorherigen Freigabe durch die BBL GmbH.

Während eines Spiels darf das Grunddesign des Bodens nicht gewechselt werden.

3 WERBEFLÄCHEN & ANIMATIONEN

3.1 Sichtbarkeit der Werbeflächen

Alle Werbeflächen auf dem Spielfeldboden (Freiwurf- & Mittelkreis, Zone, Baseline, Längsseiten, "Courtsticker" easyCredit & easyCredit BBL) bleiben entsprechend der aktuellen Marketing- und Medienrichtlinien bestehen und damit auch die Anzahl der Werbeflächen; es dürfen durch den Einsatz des LED-Glasbodens keine zusätzlichen / neuen Werbeflächen auf dem oder um das Spielfeld herum geschaffen werden.

Sollten zukünftig - und nach vorheriger Rücksprache mit der BBL - neu geschaffene Optionen von Flächen mit nicht-werblichen kommunikativen Botschaften entstehen, so ist mit der BBL im Vorfeld eine entsprechende Aufteilung dieser Flächen zu vereinbaren (sowohl für die Nutzung durch nicht-werbliche Partner oder Wettbewerbsbezeichnungen wie „Playoffs, Finals etc.“ als auch soziale/gesellschaftspolitische Kampagnen etc.).

Sollten sich Sichtbarkeiten für BBL-Sponsoren (easyCredit) durch die Nutzungsmöglichkeiten des LED-Glasbodens - im Vergleich zu einer Umsetzung mit Stickern auf Parkettboden - reduzieren, so sind der BBL für ihre Sponsoren (easyCredit) angemessene Kompensationen partnerschaftlich zu erarbeiten und anzubieten.

3.2 Wechsel der Werbeflächen

Werbeflächen können im Spiel innerhalb der festgelegten Partner, die die Werbeflächen auf dem oder um das Spielfeld herum belegen (Freiwurf- & Mittelkreis, Zone, Baseline, Längsseiten laut Marketing- und Medienrichtlinien; insgesamt max. 7 Partner) von unterschiedlichen Partnern belegt werden (Beispiel Mittelkreis: 1. Hälfte Partner A und 2. Hälfte Partner B). Diese Anzahl der festgelegten Partner dient gleichzeitig als Obergrenze an Partnern, die auf den verschiedenen Flächen auf dem Spielfeld werben dürfen bzw. die nicht überschritten werden darf (max. 7 Partner, siehe oben).

Ausgenommen und nicht unter dieser Obergrenze geführt sind soziale Kampagnen des Clubs oder eines Partners oder gar Dritten. Die Werbeflächen können innerhalb des Spiels ebenso mit unterschiedlichen Botschaften belegt werden (Beispiel: Mittelkreis - 1. Hälfte mit Logo Partner A und 2. Hälfte mit Produkt Partner A). Ein Wechsel zwischen Partnern und/oder Werbeflächen auf dem/um das

Spielfeld herum darf jeweils einmal pro Spiel in der Halbzeit vorgenommen werden.

3.3 Ausnahmen außerhalb des laufenden Spiels

In folgenden Zeiträumen, dürfen auf dem Boden Animationen, Videos etc. gezeigt werden, die von den sonstigen Vorgaben abweichen. In diesen Zeiträumen existieren keine Vorgaben zu Bewegungsgeschwindigkeiten, Darstellungsgrößen oder Animationseffekten, ebenso dürfen Partner und Sponsoren in die Animationen und Videos ohne weitere Beschränkung eingebunden werden.

- Pre-Game-Phase (Zeiten analog Standards 4.6.2) während sich keine Spieler oder Offiziellen zum Warmup auf dem Spielfeld befinden
- Teampräsentationen
- Auszeiten
- Viertelpausen
- Halbzeitpause
 - Bis zwei (2) Minuten nach Beginn der Halbzeitpause sind Animationen nur nach Absprache mit dem TV-Host-Broadcaster zulässig. Die Spielfläche ist für die Mannschaften mindestens fünf (5) Minuten vor Ende der Halbzeitpause zum Aufwärmen ohne Animationen und inklusive aller Linien darzustellen.
- nach Spielende

Auch während des Warmups in der offiziellen Pre-Game-Phase sind Animationen auf dem Spielfeld erlaubt, solange sie die Spieler nicht beeinträchtigen und alle für ein Warmup relevanten Linien (Zone, Freiwurflinie, 3-Punkte-Linie, Auslinien) dauerhaft sichtbar sind. Diese relevanten Linien müssen in Phasen des Warmups spätestens ab 90 Minuten vor Spielbeginn dauerhaft sichtbar sein.

3.4 Animationen während des laufenden Spiels

Während des laufenden Spiels, sind Animationen auf dem Spielfeld grundsätzlich nicht erlaubt. Ausnahmen davon bilden die folgenden Zeitpunkte/Aktionen, die lediglich bei erfolgreichen Aktionen des Heimteams eingesetzt werden dürfen:

- Erfolgreicher Drei-Punkte-Wurf
- Erfolgreicher Dunking
- Erfolgreicher Freiwurf

Bei allen Animationen während des laufenden Spiels ist darauf zu achten, dass diese weder für die Aktiven auf dem Feld, noch die Zuschauenden in der Halle oder im TV als störend wahrgenommen werden.. Außerdem darf die Sichtbarkeit der Spielfeldlinien nicht eingeschränkt werden.

Aus diesem Grund gelten hier dieselben Vorgaben wie in der Richtlinie zur Verwendung von LED-Videobanden Punkt 1.6 & 1.7 mit Ausnahme, dass die maximale Bewegungsgeschwindigkeit auf dem LED-Glasboden 12,0 Meter pro Sekunde betragen und die Animationen nicht länger als 5,0 Sekunden andauern darf. Bei Animationen im laufenden Spiel darf die maximale Dauer 3,0 Sekunden nicht überschreiten.

Die Animationen während des laufenden Spiels dürfen mit Partnern oder Sponsoren belegt werden. Die Vergrößerung und/oder die Vervielfältigung des Sponsorenlogos oder Markenzeichens via Animation ist kurzzeitig möglich (maximale Dauer von 3,0 Sekunden).

4 TECHNISCHE AUSTRÜSTUNG / AUSFALL

In Anlehnung an die Standards (4 Technische Ausrüstung) muss beim Ausfall des LED-Glasbodens der Schaden umgehend und schnellstmöglich behoben werden. Die BBL GmbH ist berechtigt, bei länger als 5-minütigen Spielunterbrechungen/-verzögerungen /Ausfällen Strafen gemäß BBL-Strafenkatalog zu verhängen.

5 TV-PRODUKTIONSTEST (LICHT EINMESSUNG)

Ein LED-Glasboden muss für jede Spielstätte gesondert mit der TV-Produktion eingemessen werden. Dafür bedarf es eines eigenen Termins spätestens vier Wochen vor dem ersten Einsatz. Für den Test werden alle Kamerapositionen durch die TV-Produktion aufgebaut. In der Spielstätte müssen die exakten lichttechnischen Spielbedingungen vorherrschen und Personal vor Ort verfügbar sein, welche die LED-Elemente für die TV-Produktion einstellen können. Die Kosten dafür sind durch den Verein zu tragen (siehe auch Anlage 3 des TV-Pflichtenheftes – Verfahren zum Abgleich der LED-Werbeflächen durch Hostbroadcaster).

6 VORLÄUFIGE DAUER DER RICHTLINIE

Die Regelungen dieser Richtlinie sind zunächst auf ein Jahr und für die Saison 2025/2026 festgelegt. Spätestens nach der Hinrunde der Saison 2025/2026 werden die Richtlinien analysiert mit dem vorbehaltenen Recht der BBL, Änderungen während der laufenden Saison vorzunehmen.



Köln, 16. Juni 2025

Basketball Bundesliga GmbH

Dr. Stefan Holz | Geschäftsführer