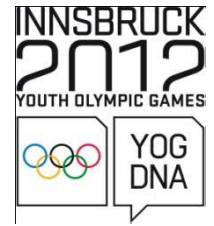


Innsbruck 2012

„Clean Venue“-Richtlinien, einschließlich Umsetzung von Regel 51



Grundsatzserklärung

Alle Wettkampf- und Veranstaltungsstätten sind, gemäß den in der Olympischen Charta dargelegten Bestimmungen (Regel 51 und Durchführungsbestimmung) als „Clean Venues“ einzurichten und instandzuhalten.

Die Bezeichnung „Wettkampf- bzw. Veranstaltungsstätte“ bezieht sich auf einen von IYOGOC oder seinen Partnern bzw. in seinem Auftrag handelnden Organisationen/Unternehmen betriebenen Veranstaltungsort, der für gewöhnlich von zentraler Bedeutung ist, sich in einem abgesperrten Bereich befindet und der ausschließlich der Nutzung durch IYOGOC oder seine Partner bzw. in seinem Auftrag handelnde Organisationen/Unternehmen zur Ausrichtung der Olympischen Jugendspiele dient.

Die Bezeichnung „Clean Venue“ bezieht sich auf eine Wettkampf- oder Veranstaltungsstätte (Venue) der Olympischen Spiele, die frei von jeglicher Form von Werbung oder Herstellerkennzeichnung ist (Clean), ausgenommen der vom IOC genehmigten Kennzeichnung, Angabe oder Auftritte der Sponsoren oder Zulieferer Olympischer Spiele.

Die Bezeichnungen „Anlage“ und „Schauplatz“ beziehen sich auf Veranstaltungsorte, die nicht ausschließlich der Nutzung durch IYOGOC oder seine Partner bzw. in seinem Auftrag handelnde Organisationen/Unternehmen dienen. Eine „Anlage“ oder ein „Schauplatz“ bietet Nutzungsmöglichkeiten, die mit den Olympischen Jugendspielen in Zusammenhang stehen, ist jedoch keine Wettkampf- oder Veranstaltungsstätte.

Die „Clean Venue“-Richtlinien basieren auf wesentlichen und historisch gewachsenen Prinzipien im Zusammenhang mit der Austragung der Spiele:

- Um die Unversehrtheit der Spiele zu gewährleisten und die Leistung der AthletInnen in den Mittelpunkt zu stellen, müssen die sportlichen Wettkämpfe in einem Umfeld stattfinden, das grundsätzlich frei von kommerziellen oder politischen Botschaften ist.
- Um sicherzustellen, dass kommerzielles Sponsoring als Quelle für die Finanzierung der Olympischen Spiele auch in Zukunft praktikabel ist, müssen die Rechte der offiziellen Sponsoren und Zulieferer sowie das geistige Eigentum der Olympischen Bewegung geschützt werden.
- Um die kontrollierte und angemessene Darstellung und ein entsprechendes Image der Olympischen Veranstaltung vor einem weltweiten Publikum zu gewährleisten, muss ein „Look of the Games“-Programm umgesetzt werden.

Vor Ort werden die „Clean Venue“-Richtlinien durch eine hierarchische Anordnung von Bereichen umgesetzt. In diesen Bereichen sind verschiedene Formen und Ebenen von Werbung und Herstellerkennzeichnung zulässig oder unzulässig. Zusammengefasst sind diese Richtlinien folgende:

"Clean Venue"-Richtlinien in Wettkampfstätten

Nachfolgend werden die offiziellen Wettkampfstätten der Innsbruck 2012 Olympischen Jugend-Winterspiele aufgelistet. Sobald IYOGOC einen Ort nicht mehr als Wettkampfstätte betrachtet, sind die "Clean Venue"-Richtlinien nicht mehr anzuwenden. In den Wettkampfstätten treten diese Richtlinien ab dem ersten Tag, an dem die Wettkampfstätte als abgesperrter Bereich eingerichtet wird, in Kraft und verlieren ihre Gültigkeit mit dem letzten Tag, an dem die Wettkampfstätte als solche eingerichtet ist.

- Olympiaworld Innsbruck
- Bobbahn Innsbruck/Igls
- Patscherkofel
- Nordkette Innsbruck
- Messe Innsbruck (Curling-Halle)
- Seefeld Arena
- Kühtai

Ebene 1.

- Bereiche, in denen keinerlei Werbung oder Herstellerkennzeichnung gestattet ist, ausgenommen Branding auf den folgenden Objekten, die in den Bestimmungen der Olympischen Charta (Regel 51 und Durchführungsbestimmung) erfasst sind: (i) Team-Uniformen; (ii) technische Ausrüstung der Partner der Olympischen Spiele, die im Rahmen der Veranstaltung oder anderer mit den Spielen in Zusammenhang stehenden Tätigkeiten benötigt werden.
- Alle anderen Marken müssen auf allen Objekten verdeckt werden, ausgenommen bei ausdrücklichem genehmigtem Branding auf Produkten der Partner (z. B. Becher/Flaschen von Coca-Cola oder Römerquelle auf Konferenztischen der Medien).
- Eine detailliertere Beschreibung zu Regel 51, ihrer Durchführungsbestimmung und deren Umsetzung liefert der Abschnitt zu Regel 51.

Diese Bereiche sind einschließlich aber nicht ausschließlich:

- ausgewiesene Bereiche für Pressekonferenzen, Interviews und Mixed Zones.

Ebene 2.

- Bereiche, in denen keinerlei Werbung oder Herstellerkennzeichnung gestattet ist, ausgenommen Branding auf den folgenden Objekten, die in den Bestimmungen der Olympischen Charta (Regel 51 und Durchführungsbestimmung) erfasst sind: (i) Team-Uniformen; (ii) Kleidung und Gegenstände, die AthletInnen während eines Wettkampfes tragen; (iii) Sportausrüstungsgegenstände, die während eines Wettkampfes benutzt werden; und (iv) technische Ausrüstung der Olympischen Partner, die im Rahmen der Veranstaltung oder im Rahmen anderer mit den Spielen in Zusammenhang stehenden Tätigkeiten benötigt werden (z. B. Ausrüstung zur Zeitmessung und Erfassung von Punkteständen).
- Alle anderen Marken müssen auf allen Objekten verdeckt werden.
- Eine detailliertere Beschreibung zu Regel 51, ihrer Durchführungsbestimmung und deren Umsetzung liefert der Abschnitt zu Regel 51.

Diese Bereiche sind einschließlich aber nicht ausschließlich:

- Field of Play (Bereich, in dem die Sportbewerbe ausgetragen werden, und unmittelbar umliegender Support-Bereich, der durch Absperrungen vom Zuschauerraum getrennt ist);

- Zuschauerränge in Wettkampfstätten, ausgenommen Branding der Partner auf Gegenständen, die als Fanartikel an die Zuschauer ausgegeben werden (z. B. Ratschen versehen mit Partner-Logos, die eine bestimmte Größe nicht überschreiten);
- alle anderen Bereiche, die in Fernsehaufnahmen des Wettkampfes erscheinen können, oder von ZuschauerInnen auf den Sitzplätzen gesehen werden können;
- Aufwärm- und Aufenthaltsbereiche der AthletInnen.

Ebene 3.

- Bereiche, in denen keinerlei Werbung erlaubt ist, ausgenommen in beschränktem Ausmaß Herstellerkennzeichnung offizieller Sponsoren und Lieferanten der Spiele, die in diesem Bereich ihre Dienste zur Verfügung stellen, und nur nach Genehmigung durch IYOGOC.
- Branding seitens der Sponsoren muss eine bestimmte Aufgabe erfüllen, wie etwa die Angabe der Sponsoren oder die Herstellerkennzeichnung auf von Sponsoren zur Verfügung gestellten Ausrüstungsgegenständen, Beschilderung von Essens- und Getränkeständen, etc.
- Markenzeichen von Unternehmen, die nicht Partner der Olympischen Spiele sind, dürfen nicht sichtbar sein, es sei denn es handelt sich dabei um bereits bestehendes dauerhaftes Branding, das vom Field of Play aus nicht sichtbar ist. Sind Markenzeichen vom Field of Play aus sichtbar, müssen diese verdeckt werden.
- Speisen und Getränke, die mit Markenzeichen von Unternehmen versehen sind, die nicht Partner der Olympischen Spiele sind, sind in den Erholungsbereichen für das YOG-Personal erlaubt. Diese Produkte dürfen nur innerhalb der Erholungsbereiche und in keinem anderen Bereich der Wettkampfstätte konsumiert werden.

Diese Bereiche sind einschließlic aber nicht ausschließlic:

- akkreditierungspflichtige operative Bereiche innerhalb der Wettkampfstätte (Back of House);
- Kontrollbereiche für technische Belange (Back of House);
- Verpflegungsbereiche für das YOG-Personal.

Ebene 4.

- Bereiche, in denen keinerlei Werbung erlaubt ist, ausgenommen kontrollierter Angabe von Sponsoren oder Auftritte offizieller Sponsoren der Spiele nach Genehmigung durch IYOGOC.
- Exzessives Branding seitens der Sponsoren ist nicht gestattet, d. h. Größe und Darstellung müssen in einem vernünftigen Rahmen bleiben, um nicht den Eindruck der übermäßigen Kommerzialisierung zu erwecken.
- Essens- und Getränkestände (und alle Auslageobjekte) dürfen vom Field of Play aus nicht sichtbar sein.
- Es dürfen ausschließlich Getränke von Coca-Cola verkauft werden. Speisen und Getränke, die mit anderen als den Markenkennzeichen der Sponsoren versehen sind (z. B. Snacks) dürfen an Essens- und Getränkestände verkauft, aber nicht sichtbar in der Auslage platziert werden, es sei denn es besteht die ausdrückliche Genehmigung von IYOGOC.
- Die Verkleidung der Gerätschaften der Essens- und Getränkestände (z. B. Kühlschränke) muss von Coca-Cola sein. Gerätschaften der Essens- und Getränkestände dürfen mit keinen anderen Markenzeichen versehen sein (z. B. Kühltruhen ohne Markenkennzeichnung, die Eiscreme verschiedener Marken enthalten).
- Die Namen von Geschäften etwaiger Pächter dürfen innerhalb des abgesperrten Bereichs nicht sichtbar sein, sondern müssen verdeckt werden.

Diese Bereiche sind einschließlic aber nicht ausschließlic:

- öffentlich zugängliche Bereiche innerhalb der Wettkampfstätte;

- das Sub Media Centre und der Media Working Room;
- der abgesperrte Bereich, in dem sich die Wettkampfstätte befindet;
- das Main Media Centre (ausgenommen Bereiche für Konferenzen – siehe Ebene 1).

Ebene 5.

- Bereiche außerhalb des abgesperrten Bereichs. Hier wird IYOGOC eng mit der Verwaltung der jeweiligen Wettkampfstätte, mit lokalen Behörden und anderen zusammenarbeiten, um Werbetätigkeiten so gut wie möglich zu kontrollieren.
- Auffällige Auftritte von Marken, die in Konkurrenz zu den Partnern der Olympischen Spiele stehen, sind soweit als möglich zu vermeiden.

Diese Bereiche sind einschließlich aber nicht ausschließlich:

- Bereiche unmittelbar außerhalb des abgesperrten Bereichs;
- offizielle Parkplätze;
- Gebäude, die von der Wettkampfstätte aus deutlich sichtbar sind.

"Clean Venue"-Richtlinien in Veranstaltungsstätten

Nachfolgend werden die offiziellen Veranstaltungsstätten der Innsbruck 2012 Olympischen Jugend-Winterspiele aufgelistet. Sobald IYOGOC einen Ort nicht mehr als Wettkampfstätte betrachtet, sind die "Clean Venue"-Richtlinien nicht mehr anzuwenden. In den Veranstaltungsstätten treten diese Richtlinien ab dem ersten Tag, an dem die Veranstaltungsstätte als abgesperrter Bereich eingerichtet wird, in Kraft und sie verlieren ihre Gültigkeit mit dem letzten Tag, an dem die Veranstaltungsstätte als solche eingerichtet ist.

- Bergisel Stadion (Eröffnungsfeier)
- Medals Plaza (Schlussfeier)
- Olympisches Jugenddorf (RZ1)
- Messe Innsbruck
- Congress Innsbruck (RZ2/Village Square)
- YOY Hotel (RZ3)

Eröffnungsfeier, Schlussfeier und Siegerehrung

- Diese Richtlinien gelten nur für Bühne und Zuschauerränge (Field of Performance), nicht für andere Bereiche.
- Es gelten die Richtlinien der Ebene 2. Branding darf auf den folgenden Objekten innerhalb des abgesperrten Bereichs gemäß der Olympischen Charta (Regel 51 und Durchführungsbestimmung) angebracht sein: (i) Team-Uniformen; (ii) technische Ausrüstung der Olympischen Partner, die im Rahmen der Veranstaltung oder damit in Zusammenhang stehender Tätigkeiten benötigt werden.

Olympisches Jugenddorf (RZ1)

- Es gelten die Richtlinien der Ebene 4.

Congress Innsbruck (RZ2/Village Square)

- Richtlinien der Ebene 1 gelten in allen ausgewiesenen Bereichen für Pressekonferenzen und Interviews der RZ2.
- Richtlinien der Ebene 3 gelten in Verpflegungsbereichen für das YOG-Personal.

- Richtlinien der Ebene 5 gelten in allen Bereichen der RZ2, in denen Aktivitäten stattfinden, da die RZ2 ein nicht-akkreditierungspflichtiger Bereich ist, der der Öffentlichkeit ohne Eintrittskarte zugänglich ist. Auslageobjekte, die von externen Parteien beschaffen werden (z. B. Ausstellungsstücke von Schulen bei der YOG World Mile) sind von den „Clean Venue“-Richtlinien ausgeschlossen, es sei denn, sie sind auffällig zu Werbezwecken gekennzeichnet.

YOV Hotel (RZ3)

- Es gelten die Richtlinien der Ebene 5, da die Nutzung der RZ3 nicht ausschließlich IYOGOC vorbehalten ist und es sich um einen nicht-akkreditierungspflichtigen Bereich handelt, der der Öffentlichkeit ohne Eintrittskarte zugänglich ist.

Messe Innsbruck

- "Clean Venue"-Richtlinien gelten nur in ausgewiesenen Bereichen für Pressekonferenzen und Interviews (basierend auf den Richtlinien der Ebene 1).

"Clean Venue"-Richtlinien in Anlagen und Schauplätzen

Nachfolgend werden die „Anlagen“ und „Schauplätze“ der Innsbruck 2012 Olympischen Jugend-Winterspiele aufgelistet. Sobald IYOGOC einen Ort nicht mehr als Anlage oder Schauplatz betrachtet, sind die „Clean Venue“-Richtlinien nicht mehr anwendbar.

- Trainingsanlagen
- Schauplätze des Kultur- und Bildungsprogramms
- andere Anlagen und Schauplätze

Die "Clean Venue"-Richtlinien gelten nur in ausgewiesenen Bereichen für Pressekonferenzen und Interviews (basierend auf den Richtlinien der Ebene 1).

Branding auf Fahrzeugen

Wenn möglich, müssen die Zugangszeiten für Fahrzeuge zu den Wettkampf- und Veranstaltungsstätten außerhalb der Hauptbetriebszeiten der Wettkampf- und Veranstaltungsstätten gelegt werden.

Bei Sponsorenfahrzeugen, die eine operative Funktion in einer Wettkampf- oder Veranstaltungsstätte erfüllen, ist bereits vorher bestehendes Standard-Fahrzeugbranding innerhalb der Wettkampf- oder Veranstaltungsstätte gestattet. Befindet sich ein mit Branding versehenes Fahrzeug für einen längeren Zeitraum in Sichtweite der ZuschauerInnen/Öffentlichkeit/Fernsehkameras, wird allenfalls kurzfristig eine Abdeckung angebracht.

Branding auf anderen Lieferfahrzeugen als denen der Sponsoren ist gestattet, solange sich diese Fahrzeuge lediglich für schnelle Ladetätigkeiten in der Wettkampf- oder Veranstaltungsstätte aufhalten. Wenn Fahrzeuge innerhalb einer Wettkampf- oder Veranstaltungsstätte geparkt werden, muss jegliches außerhalb angebrachtes Branding abgedeckt werden.

Es sei ausdrücklich darauf hingewiesen, dass keine neue oder bestehende Werbung oder Herstellerkennzeichnung, welcher Art auch immer, – auch der offiziellen Sponsoren der Olympischen Spiele – in einer Wettkampf- oder Veranstaltungsstätte gestattet ist, es sei denn, es besteht die ausdrückliche

Genehmigung von IYOGOC. Jegliche Form der Werbung oder Herstellerkennzeichnung in einer Wettkampf- oder Veranstaltungsstätte seitens eines Unternehmens, das kein Sponsor der Spiele ist, gilt als „Ambush Marketing“ und steht in direktem Konflikt mit den „Clean Venue“-Richtlinien.

Regel 51

- Der IOC-Vorstand legt die Grundsätze und Bedingungen fest, nach denen jegliche Art von Werbung oder andere Marketingmaßnahmen gestattet werden kann.
- In oder über den Stadien, Wettkampf- oder Veranstaltungsstätten, die als Olympische Stätten anzusehen sind, ist keinerlei Werbung oder andere Marketingmaßnahmen gestattet. Vorrichtungen zu kommerziellen Zwecken und Werbeschilde sind weder in den Stadien, noch an den Austragungsorten oder in anderen Sportanlagen gestattet.
- Jegliche Art von Demonstration, politischer, religiöser oder rassistischer Propaganda ist an Olympischen Stätten, Wettkampf- und Veranstaltungsstätten ausnahmslos untersagt.

Durchführungsbestimmung zu Regel 51

- Keine Form der Werbung oder Propaganda, ob zu kommerziellen oder nicht-kommerziellen Zwecken, darf an Personen, Sportbekleidung, Accessoires oder, allgemein, an Kleidungsstücken oder Teilen der Ausrüstung von AthletInnen oder anderen TeilnehmerInnen an den Olympischen Spielen sichtbar sein, ausgenommen zum Zweck der in Paragraph 8 definierten Herstellerkennzeichnung des betreffenden Artikels oder Ausrüstungsgegenstandes, sofern das betreffende Herstellerkennzeichen nicht auffällig zu Werbezwecken angebracht ist.
 - Das Herstellerkennzeichen darf nur einmal pro Kleidungsstück oder Ausrüstungsgegenstand erscheinen.
 - Als auffällig gelten alle an Ausrüstungsgegenständen angebrachten Herstellerkennzeichen, die mehr als 10 % der Gesamtoberfläche der Ausrüstung einnehmen, die während des Wettkampfs sichtbar ist. Keinesfalls darf das Herstellerkennzeichen eine Größe von 60 cm² überschreiten.
 - An Kopfbedeckungen und Brillen (z.B. Hüten, Helmen, Sonnenbrillen, Schutzbrillen) sowie Handschuhen gilt jedes Herstellerkennzeichen, das eine Größe von 6 cm² überschreitet, als auffällig.
 - An Kleidung (z.B. T-Shirts, Shorts, Shirts und Trainingshosen) gilt jedes Herstellerkennzeichen, das eine Größe von 20 cm² überschreitet, als auffällig.
 - An Schuhen ist die Abbildung des gewöhnlichen, unverwechselbaren Designs/Musters des Herstellers zulässig. Auch der Name bzw. das Logo des Herstellers dürfen, solange sie eine Größe von 6 cm² nicht überschreiten, sowohl als Teil des gewöhnlichen, unverwechselbaren Designs/Musters als auch unabhängig von diesem sichtbar sein.
 - Im Fall einer Sonderregelung eines Internationalen Sportverbands, können Ausnahmen von den oben genannten Regeln durch den IOC-Vorstand genehmigt werden. Jeder Verstoß gegen die Bestimmungen dieser Klausel kann zur Disqualifikation und zum Entzug der Akkreditierung der betroffenen Person führen. Diesbezügliche Entscheidungen des IOC-Vorstands sind endgültig. Auf den von WettkämpferInnen getragenen Startnummern darf keinerlei Werbung aufscheinen und das Olympische Logo des Organisationskomitees muss sichtbar abgebildet sein.
- Die Uniformen der WettkämpferInnen und aller Personen, die eine offizielle Position innehaben, dürfen die Fahne oder das olympische Emblem ihres NOK oder, mit Genehmigung des Organisationskomitees, das Olympische Logo des Organisationskomitees tragen. VertreterInnen der Internationalen Sportverbände dürfen die Uniform und das Logo ihres jeweiligen Verbandes tragen.
- Auf allen Geräten, Vorrichtungen und anderen technischen Gerätschaften, die von den AthletInnen oder den anderen TeilnehmerInnen der Olympischen Spiele weder getragen noch benutzt werden, einschließlich der Zeitnahmegeräte und der Anzeigetafeln, darf das Herstellerkennzeichen

keinesfalls mehr als ein Zehntel (1/10) der Höhe der betreffenden Ausrüstung, der Einrichtung oder des Geräts einnehmen und nicht mehr als 10 cm hoch sein.

Umsetzung der Regel 51

- Weitere Details finden sich in der „Procedure on Rule 51 Uniform Inspection“ (Verfahrensvorschrift zur Prüfung von Uniformen laut Regel 51).