

# FIFA WM 2006™ Host City Programm

## Auflagen für FIFA WM-Städte „B-Events“





# Inhaltsübersicht

## **1. Übersicht**

- 1.1 FIFA WM 2006™ Veranstaltungen (A/B/C-Events)
- 1.2 B-Events

## **2. Sponsoring**

- 2.1 Übersicht
- 2.2 Allgemeine Richtlinien
- 2.3 Sponsoringmöglichkeiten/Richtlinien

## **3. Catering (Verkauf und Service von Getränken und Essen)**

- 3.1 Übersicht
- 3.2 Allgemeine Richtlinien
- 3.3 Richtlinien Getränke-/Essenslieferanten
- 3.4 Offizielle Partner - „First Right“ and Prozesse

## **4. Lizenzprodukte (Verkauf von offiziellen Merchandisingprodukten)**

- 4.1 KarstadtQuelle AG
- 4.2 B-Events

## **5. Spezielle B-Events**

- 5.1 Public Viewing
- 5.2 Konzerte/Musikveranstaltungen

## **6. Abstimmung/Kommunikation und Kontakte**

## **7. Anhänge**

- Produktkategorien der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer
- Sponsorenstreifen
- Produktliste Coca-Cola
- Kontakte Coca-Cola, Anheuser Busch, McDonald's

# Abschnitt 1 Übersicht

## 1.1 FIFA WM 2006™ Veranstaltungen (A/B/C-Events)

	A- Events	B-Events	C-Events
<b>Definition</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offizielle FIFA WM 2006™ Veranstaltungen, die Teil des OK/FIFA Marketing Programms sind</li> <li>• von <b>FIFA/OK</b> in einer FIFA WM-Stadt organisiert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FIFA WM 2006™ Veranstaltungen</li> <li>• von einer <b>FIFA WM-Stadt</b> organisiert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generelle städtische Veranstaltungen ohne FIFA WM 2006™ Bezug</li> <li>• FIFA WM 2006™ Event im Event möglich (separates Areal)</li> </ul>
<b>Beispiele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• FIFA WM 2006™ Countdown Event</li> <li>• Fussball Globus FIFA WM 2006</li> <li>• FIFAWorldcup.com Trophy Tour</li> <li>• Offizielles FIFA WM 2006™ Konzert</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hamburg FIFA WM 2006™ Dance Floor Party</li> <li>• FIFA WM 2006™ Jazz Festival Berlin</li> <li>• Public Viewing</li> <li>• FIFA WM 2006™ Fan Park Nürnberg</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hamburg Dance Floor Party</li> <li>• Berlin Jazz Festival</li> <li>• Oktoberfest</li> </ul>
<b>Verantwortlichkeit für Organisation</b>	FIFA/OK	FIFA WM-Stadt	Dritte oder FIFA WM-Stadt Event im Event: FIFA WM-Stadt
<b>Gebrauch der Offiziellen Marken</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Emblem</li> <li>• “FIFA WM-Stadt”)</li> <li>• Offizieller Event Titel (“FIFA WM 2006“)</li> </ul>	Ja	Ja, Composite Logo der FIFA WM-Stadt und offizielle Bezeichnungen	Nein  Event im Event: Ja, in separatem Areal, Zelt, Bude etc. (siehe B-Event)

	A- Events	B-Events	C-Events

<b>Sponsoring durch</b>			
<u>Offizielle Partner/ Nationalen Förderer</u>	Ja	Ja	Nein Event im Event Bereich: Ja
<u>Wettbewerber der Offiziellen Partner/ Nationalen Förderer</u>	Nein	Nein	Ja Event im Event Bereich: Wenn Titel oder Presenting Sponsor ein Wettbewerber d. Partner/Förderer (z.B. „XY WM Jazz Festival“): kein Event im Event möglich
<u>Nicht-Wettbewerber der Offiziellen Partner /Nationalen Förderer (lokale Unternehmen)</u>	Nein	Ja (siehe Richtlinien)	Ja Event im Event Bereich: siehe B- Events
<b><u>Verkaufsstände</u></b>	Nur Offizielle Partner/Nationale Förderer	Nur Sponsoren des B- Events	Ja Event im Event Bereich: siehe B- Events
<b><u>Kooperationen mit lokalen Medien</u></b>	Ja	Ja (Abstimmung mit OK/FIFA)	Ja Event im Event Bereich: siehe B- Events

	A- Events	B-Events	C-Events
<b>Catering (Verkauf und Service von Getränken und Essen) durch:</b>			
<u>Offizielle Partner:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>mit Branding</li> <li>Coca-Cola, Anheuser Busch, Mc Donald's</li> </ul>	Ja	Ja	Ja
<u>Nicht-Wettbewerber:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>mit Branding</li> <li>z.B. Sekt</li> </ul>	Nein (nur Produkte der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer und Produkte ohne Branding)	Ja (siehe Richtlinien)	Ja Event im Event Bereich: siehe B-Events
<u>Wettbewerber:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>mit Branding</li> <li>z.B. lokale Bierbrauereien</li> </ul>	Nein (nur Produkte der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer und Produkte ohne Branding)	Ja (siehe Richtlinien) Erstzugriffsrecht (First right) der Offiziellen Partner beachten	Ja Event im Event Bereich: siehe B-Events
<b>Lizenzprodukte (Verkauf von offiziellen Merchandising- produkten (T-Shirts, Caps, etc.)</b>	Ja. Exklusiv über Offiziellen FIFA WM 2006™ Shop von KarstadtQuelle	Ja. Exklusiv über Offiziellen FIFA WM 2006™ Shop von KarstadtQuelle	Nein  Event im Event Bereich: Ja. Exklusiv über Offiziellen FIFA WM 2006™ Shop von KarstadtQuelle



### **a. Definitionen**

- Die Bezeichnung „Events“ steht auch für alle Veranstaltungen, Projekte und Aktivitäten.
- Die Leitlinien für B-Events gelten entsprechend auch für den Event im Event Bereich bei C-Events.
- Übersicht enthält keine Veranstaltungen der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer oder Dritter.

### **b. Möglichkeiten der FIFA WM-Städte:**

- FIFA WM-Städte haben im Rahmen des OK/ FIFA Event Marketing Programms die Möglichkeit, FIFA WM 2006™ Veranstaltungen zu organisieren (erstens „B-Events“ und zweitens „C-Events“ mit Event im Event Bereich)
- Folgende Kategorien von Events wurden identifiziert:
  1. Ausstellungen/Führungen
  2. Darstellende Kunst/Theater
  3. Dekoration
  4. Fotografie
  5. Interkulturelle Events
  6. Literatur/Vortrag
  7. Musik/Konzert
  8. Spezialprojekte
  9. Strassenfest/FIFA WM-Feste/Fan Parks
  10. Public Viewing

### **c. Veranstaltungsort**

- Die FIFA WM-Stadt definiert für die B-Events abgegrenzte Veranstaltungsorte.

### **d. Abstimmung zwischen FIFA WM-Städten und OK/FIFA**

- Events/ generell: FIFA WM-Stadt stimmt mit OK/FIFA alle B- und C-Events generell ab, d.h. Abstimmung, ob die Veranstaltung im Rahmen der OK/FIFA Event Marketingstruktur stattfinden kann.



## 1.2 „B-Events“

<b>Definition</b>	FIFA WM 2006™ Veranstaltungen, die von einer FIFA WM-Stadt allein organisiert werden
<b>Beispiele</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hamburg FIFA WM 2006™ Dance Floor Party</li> <li>• FIFA WM 2006™ Jazz Festival Berlin</li> <li>• Public Viewing</li> <li>• FIFA WM 2006 Fan Park</li> </ul>
<b>Verantwortlichkeit für Organisation</b>	FIFA WM-Stadt
<b>Gebrauch der Offiziellen Marken</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Emblem</li> <li>• Bezeichnung (“FIFA WM-Stadt”)</li> <li>• Offizieller Event Titel (“2006 FIFA World Cup”)</li> </ul>	<p>Ja, Composite Logo der Stadt und offizielle Bezeichnungen (Abstimmung mit OK/FIFA)</p> <p><b>Rechte</b> Die FIFA WM-Städte können ihr jeweiliges Composite Logo sowie die offiziellen Veranstaltungstitel benutzen.</p> <p><b>Abstimmung Markenverwendung/Designs</b> FIFA WM-Stadt stimmt mit OK/FIFA die Verwendung der Marken auf Drucksachen, Werbemitteln und Premiums/Give-Aways in Zusammenhang mit der Veranstaltung gemäß der bekannten Abstimmungsprozesse ab.</p>
<b>Sponsoring</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Durch <b>Offizielle Partner</b> und <b>Nationale Förderer</b></li> <li>- Durch <b>Nicht-Wettbewerber</b> der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer (lokale Sponsoren)</li> <li>- Nicht möglich: Wettbewerber der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer</li> <li>- Verkauf nur von Produkten der Sponsoren der Veranstaltung</li> <li>- Medienkooperationen möglich nach Abstimmung mit OK/FIFA</li> </ul>
<b>Verkauf und Service von Getränken und Essen/Catering</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Erstzugriffsrecht (First Right) durch Offizielle Partner Coca-Cola, Anheuser Busch, Mc Donald’s</li> <li>- Bei Nicht-Interesse der Offiziellen Partner: lokale Marken mit POS Branding</li> </ul>
<b>Verkauf von Offiziellen Lizenzprodukten der FIFA WM 2006™</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Exklusiv durch Offizielle FIFA WM 2006™ Shops von KarstadtQuelle</li> </ul>

## Abschnitt 2 Sponsoring

### 2.1. Übersicht

Sponsoring durch	B-Events
<u>Offizielle Partner/ Nationalen Förderer</u>	Ja
<u>Wettbewerber</u> der Offiziellen Partner/ Nationalen Förderer	Nein
<u>Nicht-Wettbewerber</u> der Offiziellen Partner/ Nationalen Förderer (lokale Unternehmen)	Ja (Abstimmung mit OK/FIFA)
<u>Verkaufsstände</u>	Nur Sponsoren des B-Events
Kooperationen mit <u>lokalen Medien</u>	Ja (Abstimmung mit OK/FIFA)





## **2.2 Allgemeine Richtlinien**

### **a. Refinanzierung**

FIFA WM-Städte können ihre Veranstaltungen im Rahmen der FIFA WM 2006™ (B-Events) durch Sponsoring refinanzieren.

### **b. Exklusivität der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer**

- Die Offiziellen Partner und Nationalen Förderer haben das exklusive Recht, sich mit der FIFA WM 2006™ und mit Veranstaltungen im Rahmen der FIFA WM 2006™ zu assoziieren.
- Bei B-Veranstaltungen können die Städte zusätzlich lokale Unternehmen als Sponsoren gewinnen, sofern diese keine Wettbewerber der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer sind (siehe Konditionen unten).

### **c. Wettbewerber der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer**

- Wettbewerber der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer sind kommerzielle Unternehmen, die Produkte in den Produktkategorien der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer anbieten (Siehe Anhang).
- Wettbewerber der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer sowie von KarstadtQuelle (Offizielle FIFA WM 2006™ Shops) können nicht als Sponsoren von B-Events/ auftreten.

### **d. Generelles Partner Branding**

- Die Offiziellen Partner und Nationalen Förderer der FIFA WM 2006™ sollen in jedem Zusammenhang mit der FIFA WM 2006™ erwähnt und dargestellt werden (Sponsorenstreifen).
- FIFA WM-Städte sollten, wenn möglich, auf Drucksachen und Werbemitteln den Sponsorenstreifen verwenden (siehe Anhang), der von OK/FIFA zur Verfügung gestellt wird.
- OK/FIFA stellen der FIFA WM-Stadt generelles Partner-Branding zur Verfügung, für dessen Umsetzung die FIFA WM-Städte verantwortlich sind, z.B. Stellwände, Sponsorentürme.
- MasterCard Akzeptanz sollte, wenn möglich, an jeder Veranstaltung gewährleistet werden.



### e. Werbefreier Veranstaltungsort

- Der definierte Veranstaltungsort muss werbefrei sein „Clean Site“.
- Folgende Darstellungen sind verboten:
  - Existierendes Branding (Werbeflächen, etc.) von kommerziellen Unternehmen, die nicht die Sponsoren der Veranstaltung sind. Branding muss entfernt oder abgedeckt werden.
  - Anbringen und Distribution von Werbung, kostenlose Verteilung oder Verkauf von Produkten, Promotions, Werbe-Aktionen oder andere On-site Aktivitäten von kommerziellen Unternehmen, die nicht Sponsoren der Veranstaltung sind.

### f. Gesamtverantwortung FIFA WM-Stadt

- Die FIFA WM-Stadt ist verantwortlich, dass die OK/FIFA Richtlinien umgesetzt werden, z.B. ist es Aufgabe der FIFA WM-Stadt, Werbematerialien von kommerziellen Unternehmen, die keine Sponsoren der Veranstaltung sind, zu konfiszieren.

## 2.3 Sponsoringmöglichkeiten/Richtlinien

### a. Sponsoring durch Offizielle Partner/Nationale Förderer

- Die FIFA WM-Städte haben die Möglichkeit, Sponsoren aus dem Kreis der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer für ihre B-Veranstaltungen zu akquirieren.
- Abstimmung: FIFA WM-Städte informieren OK/FIFA über Veranstaltungen mit Sponsoringmöglichkeiten. OK/FIFA übernehmen die persönliche Vorstellung von Offiziellen Partnern/Nationalen Förderern und FIFA WM-Städten (Partner Venue Tour).
- Für **spezielle Veranstaltungen** haben die Offiziellen Partner und Nationalen Förderer ein „**First Right**“, d.h. Sponsoringmöglichkeiten werden von den FIFA WM-Städten erst den Offiziellen Partnern und Nationalen Förderern angeboten, bevor lokale Sponsoren, die nicht Wettbewerber der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer sind, als Sponsoren gewonnen werden können, z.B. **Offizieller Public Viewing Event**. Ein bestimmter Bereich kann dann später den lokalen Unternehmen angeboten werden.

## **b. Sponsoring durch lokale Unternehmen/Nicht-Wettbewerber**

- **Kriterien:** Für B-Events können die Städte zusätzlich **lokale Unternehmen als Sponsoren** gewinnen, sofern diese keine Wettbewerber der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer sind und **folgende Kriterien erfüllen:**
  - Kein Titel Sponsoring oder Presenting Sponsoring durch einen lokalen Sponsor möglich (nicht: „XY“ FIFA WM 2006™ Jazz Festival Berlin)
  - Keine Assoziation des lokalen Sponsors mit der FIFA WM 2006™ an sich, sondern Sponsoring nur in Verbindung mit dem lokalen Event
  - Keine Verwendung der offiziellen Marken der FIFA WM 2006™ durch den lokalen Sponsor
  - Nur lokale, regionale Promotion des Events durch den lokalen Sponsor (nicht: nationale Promotion, z.B. „Nationale XY FIFA WM 2006™ Jazz Festival Kampagne“)
  - Verwendung der Bezeichnung „Sponsor des Events“, z.B. Sponsor des 2006 FIFA WM 2006 Jazz Festivals Berlin.
- **Akquisition:** Lokale Unternehmen können generell parallel zu den Offiziellen Partnern und Nationalen Förderern angesprochen werden (außer Offizielles Public Viewing, bei dem erst das Interesse der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer abgefragt wird).
- **Abstimmung:** FIFA WM-Stadt stimmt mit OK/FIFA mögliche lokale Unternehmen als lokale Veranstaltungssponsoren und mögliche Kooperationen mit lokalen Medien ab.

## Abschnitt 3 Catering (Verkauf und Service von Getränken und Essen)

### 3.1 Übersicht

Verkauf und Service von Getränken und Essen/Catering durch	B-Events
<u>Offizielle Partner:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mit Branding</li> <li>• Coca-Cola, Anheuser Busch, Mc Donald's</li> </ul>	Ja
<u>Nicht-Wettbewerber:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mit Branding</li> <li>• z.B. Sekt</li> </ul>	Ja (siehe Richtlinien)
<u>Wettbewerber:</u> <ul style="list-style-type: none"> <li>• mit Branding</li> <li>• z.B. lokale Bierbrauereien</li> </ul>	Ja (siehe Richtlinien) Erstzugriffsrecht (First Right) der Offiziellen Partner

**Grundsätzlich:** Das Catering (der Verkauf von Getränken und Essen) **beinhaltet keine Marketing-/ Sponsoringrechte** in Zusammenhang mit der Veranstaltung: z.B. keine eigenen Promotions-, kein Logo auf Drucksachen der Veranstaltung. Die FIFA WM-Stadt darf die Verkaufsmöglichkeit nicht mit Sponsoring-Rechten verknüpfen.

## 3.2 Allgemeine Richtlinien

### a. Rechtsbeziehung beim Verkauf von Getränken und Essen

- **Möglichkeit 1:** Getränke-/Essenslieferant verkauft an die FIFA WM-Stadt oder einen von der Stadt beauftragten Caterer Produkte; FIFA WM-Stadt oder Caterer erzielen entweder Einnahmen durch den Weiterverkauf der Produkte oder servieren Produkte kostenlos an Gäste. Für den Lieferanten fällt hier keine Gebühr an, z.B. Ausschankgebühr.
- **Möglichkeit 2:** Getränke-/Essenslieferant verkauft seine Produkte selbst (eigener Stand) und erwirbt Verkaufsrecht von FIFA WM-Stadt (Einnahmen für FIFA WM-Stadt) oder beteiligt FIFA WM-Stadt prozentual an Verkäufen.

### b. Abstimmungen

- **FIFA WM-Stadt – OK/FIFA:** FIFA WM-Stadt informiert OK/FIFA über Veranstaltungen mit der Möglichkeit des Verkaufs und Services von Getränken und Essen/Caterings. FIFA WM-Stadt stimmt mit OK/FIFA **mindestens 10 Tage vor der Veranstaltung** Branding und Produktliste ab.
- **FIFA WM-Stadt/ beauftragter Caterer – Getränkeliieferant:** Liefer-, Preis- und sonstige Konditionen (z.B. Lieferung von Kühlschränken, Gläsern) werden zwischen FIFA WM-Städten/beauftragtem Caterer und Lieferanten direkt verhandelt.

### c. Branding

- Unter Branding verstehen wir beim Verkauf und Service von Getränken und Essen/Catering das so genannte „**Point of Sale**“ (**POS**) **Branding**“, also die Darstellung des Firmennamens und/oder des -Logos in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Produkt und an der Verkaufsstelle: z.B. Menükarte, Gläser, Flaschen, Tablett, Servietten.
- Außer dem abgestimmten Branding dürfen keine weiteren Firmennamen und -Logos in Zusammenhang mit dem Verkauf und Service von Getränken und Essen dargestellt werden.

### d. Gesamtverantwortung FIFA WM-Stadt



- Es ist die Verantwortung der FIFA WM-Stadt, die OK/FIFA Richtlinien umzusetzen, z.B. zu kontrollieren, dass die Branding Richtlinien eingehalten werden.
- Wird ein Caterer mit dem Verkauf oder dem Service von Getränken und Essen von der Stadt beauftragt, ist die FIFA WM-Stadt dafür verantwortlich, dass der Caterer die Richtlinien kennt und entsprechend umsetzt, z.B. die Auflage, dass den Offiziellen Partnern das „First Right“ eingeräumt wird.

#### **e. MasterCard**

- Akzeptanz von MasterCard sollte, wenn möglich, an jeder Veranstaltung gewährleistet werden.

### **3.3 Richtlinien Getränke-/Essens-Lieferanten**

#### **a. Offizielle Partner Coca-Cola, Anheuser Busch, Mc Donald´s**

- **Exklusivität:** Coca-Cola, Anheuser Busch und Mc Donald´s sind die exklusiven Partner der FIFA WM 2006™ in den Produktkategorien Getränke und Essen (siehe Anhang: Produktkategorien der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer) und dürfen sich exklusiv mit der FIFA WM 2006™ assoziieren.
- **First Right:** Die Offiziellen Partner haben ein so genanntes „First Right“, d.h. die FIFA WM-Städte/beauftragten Caterer müssen die Möglichkeiten des Verkaufs von Getränken und Essen **zuerst** den Offiziellen Partnern anbieten.
- **Wahrnehmung der Rechte:** Sollte der Offizielle Partner an der Wahrnehmung des „First Rights“ interessiert sein, erfolgen die jeweiligen Abstimmungsprozesse (siehe unten). Der Offizielle Partner bietet die Produkte zu Marktpreisen an, welche die Stadt akzeptieren muss. Verhandlungen erfolgen direkt zwischen Stadt/beauftragtem Caterer und Offizielltem Partner.
- **Abtretung der Rechte:** Sollten die Offiziellen Partner nicht an der Wahrnehmung ihrer Rechte interessiert sein, können die FIFA WM-Städte auch Wettbewerber bezüglich des Verkaufs von Getränken und Essen beauftragen (siehe unten).
- **Abstimmung FIFA WM-Stadt/beauftragter Caterer – Getränkelieferant:** direkt(siehe unterschiedliche Prozesse pro Offizielltem Partner unten).



## **b. Nicht-Wettbewerber**

- **Rechte:** FIFA WM-Stadt kann Produkte von Nicht-Wettbewerbern zusätzlich zu den Produkten der Offiziellen Partner verkaufen oder servieren, z.B. Wein, Sekt.
- **Abstimmung FIFA WM-Stadt – OK/FIFA:** FIFA WM-Stadt stimmt mit OK/FIFA von Fall zu Fall ab, ob ein Unternehmen bestimmte, definierte Produkte verkaufen kann (mindestens 14 Tage vor der Veranstaltung). FIFA WM-Stadt stimmt mit OK/FIFA mindestens 10 Tage vor der Veranstaltung POS-Branding und finale Produktliste ab
- **Abstimmung FIFA WM-Stadt/beauftragter Caterer – Getränkeliieferant:** direkt (siehe unterschiedliche Prozesse pro Offizielltem Partner unten).

## **c. Wettbewerber**

- **Rechte:** FIFA WM-Stadt kann nur dann Produkte von Wettbewerbern (z.B. lokalen Bierbrauereien) verkaufen oder servieren, wenn die Offiziellen Partner auf die Wahrnehmung Ihres „First Rights“ verzichten.
- **Abstimmung FIFA WM-Stadt – OK/FIFA:** FIFA WM-Stadt stimmt mit OK/FIFA von Fall zu Fall ab, ob ein Wettbewerber bestimmte, definierte Produkte verkaufen kann (mindestens 14 Tage vor der Veranstaltung). FIFA WM-Stadt stimmt mit OK/FIFA mindestens 10 Tage vor der Veranstaltung POS-Branding und finale Produktliste ab.

### 3.4 Offizielle Partner: First Right und Prozesse



- 1) **Produktkategorie:** Alle alkoholfreien Getränke – einschließlich Zubereitungen für die Herstellung solcher Getränke, aber keine Suppen, kein Wasser aus der öffentlichen Wasserversorgung und kein alkoholfreies Bier (siehe Anhang: Produktliste Coca-Cola)
- 2) **First Right:** Coca-Cola ist *interessiert, das „First Right“ bei allen B-Events wahrzunehmen*. Coca-Cola wird seine Produkte nicht selbst an den Endkonsumenten verkaufen und folglich keine eigenen Stände aufstellen, sondern liefert und verkauft Getränke an FIFA WM-Stadt oder beauftragten Caterer. Für Coca-Cola fällt jeweils keine Gebühr an, z.B. Ausschankgebühr.
- 3) **Abstimmung FIFA WM-Stadt/beauftragter Caterer – Coca-Cola:** FIFA WM-Stadt oder beauftragter Caterer kontaktiert lokalen Ansprechpartner bei Coca-Cola und verhandelt alle Konditionen direkt (siehe Anhang: Kontakt Coca-Cola).



- 1) **Produktkategorie:** Bier (Lebensmitteltechnologie, alkoholisch und alkoholfrei): Biere, einschließlich Lager, Pilsner, Ale, Stout; alkoholreduziertes und alkoholfreies Bier.
- 2) **First Right:** Anheuser Busch ist *interessiert, bei einzelnen Veranstaltungen das Recht wahrzunehmen*. Anheuser Busch entscheidet von Fall zu Fall, ob das „First Right“ bei B-Events wahrgenommen wird.
- 3) **Abstimmungsprozesse:**
  - FIFA WM-Stadt informiert OK/FIFA und Anheuser Busch über Veranstaltungen mit der Möglichkeit des Verkaufs und Services von Getränken und Essen/Catering.
  - Anheuser Busch informiert FIFA WM-Städte und OK/FIFA, auf welchen ausgewählten Veranstaltungen Anheuser Busch exklusiv oder nicht exklusiv ausschenken wird.





- FIFA WM-Stadt oder beauftragter Caterer kontaktiert für die ausgewählte Veranstaltung den Ansprechpartner bei Anheuser Busch und verhandelt Konditionen direkt (siehe Anhang: Kontakt Anheuser Busch).



- 1) Produktkategorie:** Fast food-Restaurants (einschl. Lieferung, Mitnahme). Fast food umfasst Burger (Rindfleisch, Fisch, Geflügel und weitere), Sandwichs, Geflügelgerichte, Pommes frites, Frühstück, Soft-Eiskrem, Pizza, mexikanische und italienische Gerichte. „Restaurants“ umfassen auch Ausgabetheken in Geschäften und bei Tankstellen.
- 2) First Right:** McDonald's ist *interessiert, bei einzelnen Veranstaltungen das Recht wahrzunehmen*. McDonald's entscheidet von Fall zu Fall, ob das „First Right“ bei B-Events wahrgenommen wird.
- 3) Abstimmungsprozesse:**
  - FIFA WM-Stadt informiert OK/FIFA und McDonald's über Veranstaltungen mit der Möglichkeit des Verkaufs von Getränken und Essen/Catering.
  - McDonald's informiert FIFA WM-Städte und OK/FIFA, auf welchen ausgewählten Veranstaltungen McDonald's exklusiv oder nicht exklusiv Speisen servieren wird (siehe Anhang 6).
  - FIFA WM-Stadt oder beauftragter Caterer kontaktiert für die ausgewählte Veranstaltung den Ansprechpartner bei McDonald's und verhandelt Konditionen des Catering-/ Ausschanks direkt (siehe Anhang: Kontakt McDonald's).

## Abschnitt 4

### Lizenzprodukte (Verkauf von offiziellen Merchandisingprodukten)

	B-Events
Verkauf von offiziellen Lizenzprodukten (T-Shirts, Caps, etc.)	Ja. Exklusiv über Offiziellen FIFA WM 2006™ Shop von KarstadtQuelle

#### 4.1 KarstadtQuelle AG

##### a. Rechte:

- KarstadtQuelle hat im Rahmen der FIFA WM 2006™ folgende Rechte erworben:
  - Lizenznehmer für Textilien
  - Offizielle FIFA WM 2006™ Shops in Deutschland
  - Offizielle FIFA WM 2006™ Shops in den Stadien

##### b. Auftritt/ Branding

- KarstadtQuelle tritt im Zusammenhang mit der FIFA WM 2006™ immer als „Offizieller FIFA WM 2006™ Shop oder (nicht- genannter) Produzent von offiziellen Lizenzprodukten auf.
- KarstadtQuelle kann seinen Firmennamen und Logo nicht in Zusammenhang mit der FIFA WM 2006™ verwenden (sogenannte „unbranded license“).

##### c. Kein Sponsoring



- Karstadt Quelle hat **keinerlei Sponsoringrechte** im Rahmen der FIFA WM 2006™ und kann folglich auch bei B-Events nicht als Sponsor auftreten.

#### **d. Möglichkeiten der Kooperation:**

- **Event Plattform:** Offizieller FIFA WM 2006™ Shop für FIFA WM-Städte: Pressekonferenzen, Auftritte, Ankündigung, Ticket-Verkauf, Cross-Promotions B-Events
- **Werbeflächen:** KarstadtQuelle bietet den FIFA WM-Städten Werbeflächen in und an den Häusern an.
- **Verkauf** von offiziellen Lizenzprodukten bei B-Events: (siehe unten)

## **4.2 B-Events**

### **a. Rechte des Verkaufs von offiziellen Lizenzprodukten**

- KarstadtQuelle kann im Rahmen seiner Operation der offiziellen FIFA WM 2006™ Shops bei B-Events offizielle Lizenzprodukte verkaufen.
- KarstadtQuelle darf bei B-Events eigene Produkte im Rahmen der von FIFA erworbenen Lizenz und offizielle Lizenzprodukte anderer Lizenznehmer verkaufen.
- FIFA WM-Stadt darf Verkaufsrechte nicht mit Sponsoring-Rechten verknüpfen.

### **b. Rechte des Verkauf von Produkten**

- Außer den Produkten des offiziellen Shops, der Sponsoren der Veranstaltung (Offizielle Partner, Nationale Förderer, Dritte Nicht-Wettbewerber) sowie Getränke und Essen dürfen keine weiteren Produkte während der Veranstaltung verkauft werden.
- Zum Anlass der Veranstaltung dürfen keine Produkte von Dritten produziert werden.

### **c. Abstimmungsprozesse**

- FIFA WM-Stadt informiert OK/FIFA und KarstadtQuelle über Veranstaltungen mit Verkaufs-Möglichkeiten.
- FIFA WM-Stadt kann eine Standgebühr bzw. Verkaufsgebühr von KarstadtQuelle erheben.
- Geschäftsbedingungen: Die entsprechenden Geschäftsbedingungen bezüglich Standgebühr oder prozentualer Beteiligung an den Verkäufen ist grundsätzlich zwischen FIFA WM-Stadt und KarstadtQuelle zu verhandeln.



#### **d. Branding/Auftritt KarstadtQuelle**

- Nur als Offizieller FIFA WM2006™ Shop mit einem geografischen Hinweis zum offiziellen Shop in der jeweiligen FIFA WM-Stadt.
- Layout/Anzahl der Stände/Größe der Stände/Standortbestimmung, Sortimentsgestaltung stimmt KarstadtQuelle mit OK/FIFA mindestens 10 Tage vor der Veranstaltung ab.

## Abschnitt 5

### Spezielle B-Events

#### 5.1 Public Viewing

##### a. Host City Event Guidelines:

- Grundsätzlich unterliegen die Public Viewing Events den Host City Event Guidelines („B-Events“).
- Zudem gelten die Richtlinien des abzuschliessenden Lizenzvertrags.

##### b. Eventdesign:

- In allen 12 FIFA WM-Städten soll ein einheitliches Eventdesign (Logo, Look, etc.) umgesetzt werden, das von OK/FIFA vorgegeben wird.

##### c. Entertainmentprogramm:

- Die Einbindung des allgemeinen Entertainment-Programmes der FIFA WM 2006™ (Maskottchen, Musik, etc.) soll im Rahmen der Public Viewing Events gewährleistet sein.

##### d. Sponsoring:

- Erstzugriffsrecht für die Offiziellen Partner/Nationalen Förderer: Für Public Viewing Events haben die Offiziellen Partner und Nationalen Förderer ein „**First Right**“, d.h. Sponsoringmöglichkeiten werden von den FIFA WM-Städten erst den Offiziellen Partnern und Nationalen Förderern angeboten, bevor lokale Sponsoren, die nicht Wettbewerber der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer sind, als Sponsoren gewonnen werden können. Ein bestimmter Bereich kann dann später den lokalen Unternehmen angeboten werden.

##### e. Abstimmung:

- Eine Arbeitsgruppe aus Vertretern der FIFA WM-Städte, Infront, OK und FIFA stimmen alle relevanten TV- und Marketingthemen ab.



## 5.2 Konzerte/ Musikveranstaltungen

## Abschnitt 6

# Abstimmung/Kommunikation und Kontakte

### 6.1. Abstimmungsschritte

#### a. FIFA WM-Stadt – OK/FIFA:

- **Events/ generell:** FIFA WM-Stadt stimmt mit OK/FIFA alle B- und C-Events generell ab, d.h. Abstimmung, ob die Veranstaltung im Rahmen der OK/FIFA Event Marketingstruktur stattfinden kann.
- **Veranstaltungsort:** FIFA WM-Stadt stimmt mit OK/FIFA den Veranstaltungsort ab.
- **Markenverwendung/Designs:** FIFA WM-Stadt stimmt mit OK/FIFA die Verwendung der Marken, der Drucksachen, Partner-Branding und Premiums/Give-Aways in Zusammenhang mit der Veranstaltung/Aktivität gemäß der bekannten Abstimmungsprozesse ab.
- **Sponsoring- und Verkaufsmöglichkeiten:** FIFA WM-Stadt informiert OK/FIFA über Veranstaltungen mit Sponsoring-, und Verkaufsmöglichkeiten (Getränke, Essen, offizielle Lizenzprodukten).
- **Sponsoring durch Offizielle Partner/Nationale Förderer:** OK/FIFA stellt Offizielle Partner und Nationale Förderer den Städten vor für weitergehende Gespräche (Venue Tour).
- **Sponsoring durch Nicht-Wettbewerber und Medien-Kooperationen:** FIFA WM-Stadt stimmt mit OK/FIFA mögliche lokale Unternehmen, die nicht Wettbewerber der Offiziellen Partner und Nationalen Förderer sind, als lokale Sponsoren und mögliche Medienkooperationen ab.
- **Verkauf von Getränken und Essen:** FIFA WM-Stadt stimmt mit OK/FIFA von Fall zu Fall ab, ob ein Nicht-Wettbewerber oder Wettbewerber bestimmte, definierte Produkte verkaufen kann (mindestens 14 Tage vor der Veranstaltung). FIFA WM-Stadt stimmt mit OK/FIFA mindestens 10 Tage vor der Veranstaltung POS-Branding und Produktliste ab.

#### b. FIFA WM-Stadt und Dritte:



- **Verkauf von Getränken und Essen** „First Right“ Wahrnehmung stimmen FIFA WM-Städte/ beauftragter Caterer gemäss Prozessen direkt mit den offiziellen Partnern ab. Liefer-, Preis- und sonstige Konditionen (z.B. Lieferung von Kühlschränken, Gläsern) werden zwischen FIFA WM-Städten/beauftragtem Caterer und Lieferanten direkt verhandelt.
- **Verkauf von offiziellen Lizenzprodukten:** FIFA WM-Städte informieren KarstadtQuelle Warenhäuser direkt über Verkaufsmöglichkeiten und stimmen Konditionen direkt ab.
- **Sponsoringimplementierung:** FIFA WM-Städte stimmen alle Implementierungsfragen direkt mit Sponsoren ab.

## **7.2. Kontakte bei OK/FIFA**

### **a. FIFA:**

Sonja Brandmaier  
FIFA Marketing&TV Deutschland GmbH  
Königinstrasse 23  
80538 München  
Tel.: 089/2006 1903  
Sonja.brandmaier@FIFA.org

Kopie an:  
Email: HCM@OK2006.de

### **b. OK FIFA WM 2006**

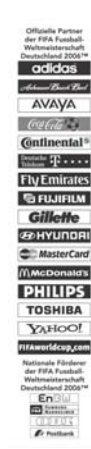
Sonja Sättele  
Königinstrasse 23  
80538 München  
Tel.: 089/2006 1212  
Sonja.Saettele@2006.de





## Anhang 1

### Sponsorenstreifen



- Bitte verwenden Sie, wenn möglich, diesen Sponsorenstreifen auf Ihren Drucksachen!

Es gibt verschiedene Versionen des Sponsorenstreifens, der jeweils bei OK/FIFA angefragt wird und dann den FIFA WM-Städten zugeschickt wird.



## Anhang 2

### Produktkategorien der Offiziellen Partner, Nationalen Förderer, Lizenznehmer

Bitte beachten Sie, dass die folgenden Beschreibungen lediglich hinweisenden Charakter haben. Wenden Sie sich bitte in allen Zweifelsfällen an FIFA.

#### 1. Offizielle Partner

##### **adidas – Sportbekleidung**

Sport- und Freizeitschuhe; Sportbekleidung; Sportgeräte und Zubehör, Fußbälle; Sporttaschen.

##### **Avaya – Konvergenztechnologie, Router, Switches**

Netzwerkhardware für Daten- und Sprachkommunikation wie Router und Switches; Treiber/ Konfigurationssoftware für Steuerung und Verwaltung der Daten/Sprachkommunikations-Netzwerkhardware.

##### **Anheuser Busch Budweiser – Bier (Lebensmitteltechnologie, alkoholisch und alkoholfrei)**

Biere, einschließlich Lager, Pilsner, Ale, Stout; alkoholreduziertes und alkoholfreies Bier.

##### **Coca-Cola – Alkoholfreie Getränke**

Alle alkoholfreien Getränke – einschließlich Zubereitungen für die Herstellung solcher Getränke, aber keine Suppen, kein Wasser aus der öffentlichen Wasserversorgung und kein alkoholfreies Bier.

##### **Deutsche Telekom - Telekommunikation**

Telekommunikationsdienste (Sprache/Daten) im Festnetz (einschl. Ortsdienste, Ferndienste und internationale Dienste), Festnetz-Telekommunikationsausrüstung; Netzwerk-Kommunikationsdienste und entsprechende LAN-Verkabelung; Mobile Telekommunikationsdienste; Internet-Dienstanbieter für Privat- und Geschäftskunden in Europa; System-Integrationsdienste (nicht-ausschließlich).

##### **Fujifilm – Fotografische Materialien und Dienstleistungen**



Fotografisches Filmmaterial und zugehöriges Verbrauchsmaterial, Ausrüstung und Zubehör – einschließlich Einwegkameras, digitale Fotoapparate, kombinierte Film- und Kamerasysteme, Fotoalben/Rahmen und entspr. Taschen/Verpackungsmaterialien; Bildgebende Systeme für die Medizin; Projektionsgeräte, Verarbeitungssoftware, CD-Brenner, Speichermedien für die Verarbeitung von digitalen Fotos; Scanner für Fotos und Texte, Digitalbild-Drucker mit Fotoqualität; Digitale Bildverarbeitung.

### **Gillette – Körperpflegeprodukte für Frauen und Männer, Mundpflegeprodukte, tragbare Elektrogeräte**

Produkte für Nass- und Trockenrasur; Rasierprodukte; Aftershave-Produkte; Mundpflegeprodukte; Deodorants und Anti-Perspirants; Bad- und Duschgels; Private Gesundheits-Diagnosegeräte (z.B. Fieberthermometer, Blutdruckmessgeräte für private Nutzung); Haartrockner und –former; Batterien und Taschenlampen.

### **Hyundai – Personenwagen**

Personenwagen, Kleinbusse, Wohnmobile, Geländewagen, Lieferwagen, Busse, Anhänger und Wohnwagen; Bereitstellung von Mietwagen; Autoteile und –zubehör.

### **McDonald's – Schnellrestaurants**

Fast food-Restaurants (einschl. Lieferung, Mitnahme). Fast food umfasst Burger (Rindfleisch, Fisch, Geflügel und weitere), Sandwichs, Geflügelgerichte, Pommes frites, Frühstück, Soft-Eiskrem, Pizza, mexikanische und italienische Gerichte. „Restaurants“ umfassen auch Ausgabetheken in Geschäften und bei Tankstellen.

### **Philips – Unterhaltungselektronik, Beleuchtung, Küchen- und Haushaltsgeräte, Klimageräte**

Unterhaltungselektronikartikel und Zubehör für den Heimgebrauch, z. B. CD/Video/DVD-Systeme, Fernsehgeräte, digitale TV-Decoder, leere Audio- und Video-Aufnahmemedien für die genannten Systeme; Audio-Mixer, Systeme für Sprachlabore, Audiosysteme und Komponenten für Autos, Audio-Leitsysteme für persönlichen Gebrauch; Videokameras, Camcorder, Videobearbeitungs-, Projektions- und Anzeigesysteme – digital und analog; Haushaltsgroß- und –kleingeräte, Klimageräte; Public-Address-Systeme (PAs), Verstärker- und Verteileranlagen, Spracherkennungsgeräte, Diktiergeräte; Beleuchtungsprodukte; Elektronische Sicherheitssysteme (ohne Auto-Sicherheitssysteme) und Fernseh-Überwachungsanlagen; Auto-Sicherheitssysteme (nicht exklusiv, gemeinsam mit Hyundai).

### **Toshiba – Computer-Hardware**

Desktop- und Laptop-/Notebook-PCs; PDAs; Server; Workstations; Modems und Kabelmodems für den Einsatz mit PCs; alle Arten von Speichergeräten für Computer-Datenspeicherung; alle Arten von Speichermedien für den Einsatz als Teil eines Computersystems.

### **Yahoo! – Online-Portale, Internetzugangs- und Kommunikationsdienste**



Globale Internet-Dienstleister-Leistungen (außer Europa) – hierzu gehören Zugangs- oder Verbindungsdienste zum Internet (außer Web-Hosting, Portal- und e-Commerce-Dienstleistungen), Online-Portale ("Zugangstore" zum Internet, Online-Suchdienste/Verzeichnisse, Offizieller FIFA Weltpokal™-E-Shop, E-Mail-Dienste (wie Internet-Browser/Webbasierte e-Mail-Dienste (außer SMS-Dienstleistungen) und Echtzeit-Kommunikationssysteme (Nachrichtendienste und Messenger).

## **2. Nationale Förderer**

### **EnBW (Energie Baden-Württemberg AG) - Energie**

Energie wie Elektrizität, Gas, Fernwärme, Solarenergie und alternative Energie. Beratungsdienstleistungen im Bereich Energie für Kunden.

### **Hamburg-Mannheimer Versicherungs-AG - Versicherung**

Versicherungen und Versicherungs-Dienstleistungen.

### **Postbank**

Bank Produkte und Dienstleistungen

### **OBI**

Heimwerker Markt und Garten Center



## Anhang 3

### Produktliste Coca-Cola



## Anhang 4

### Kontakt Coca-Cola, Anheuser Busch, Mc Donald's, KarstadtQuelle

#### **Coca-Cola**

Frank van der Heijden  
Group Manager, Venue & City Operations  
Coca-Cola GmbH  
Tel: +49 30 226069117  
Fax +49 30 22606999117

#### **Anheuser Busch**

Angie Minges  
Manager, International Sports Marketing  
One Busch Place 202-4  
St.Louis, MO 63118-1852  
U.S.A  
Tel: +1 314 577 7059

#### **Mc Donald's Germany**

Joern Winkler  
Manager Marketing  
Drygalski-Allee 51  
81477 Munich  
Tel: +49 89 785 94 183

#### **KARSTADT Warenhaus AG**

Martin Kempkes  
Projektleiter FIFA WM 2006™  
martin.kempkes@karstadt.de

Ralf Rogosch  
ralf.rogosch@karstadt.de

Theodor-Althoff-Str. 2  
45133 Essen  
Tel.: +49 201 727 97 03  
Fax: +49 201 727 3957