



# Werbung und Kommunikation mit Paralympischen Themen

Leitfaden für Paralympics-Teilnehmende, Verbände,  
Sponsoren, Unternehmen, Medien und Behörden

Mai 2024

[#ParalympicSwissTeam](https://twitter.com/ParalympicSwissTeam)

# Inhalt

Wichtige Begriffe .....	2
Gut zu wissen .....	4
Zum Verständnis .....	4
Für die Paralympische Bewegung .....	4
Das Wichtigste in Kürze .....	5
Markenschutz: Das gilt es zu beachten .....	6
Paralympics-Teilnehmende und deren Verbände .....	8
Status .....	8
Sponsorensuche .....	8
Digitale Auftritte .....	8
Persönliche Auftritte .....	14
Unternehmen und Nicht-Paralympische Sponsoren .....	16
Werbe- und Kommunikationsmassnahmen .....	16
Wettbewerbe .....	21
Paralympische Partner .....	22
Medien .....	23
Behörden .....	23
Kontakt und Infos .....	24

# Wichtige Begriffe

<b>EPC</b>	Europäisches Paralympisches Komitee
<b>IPC</b>	Internationales Paralympisches Komitee
<b>Kommerziell</b>	Direkte oder indirekte Absicht der Verkaufsförderung von Produkten oder Dienstleistungen eines Unternehmens oder einer Organisation.
<b>Nicht-Paralympische Sponsoren</b>	Kommerziell orientierte Förderer von Athlet*innen und Sportverbänden, die weder zu den Partnern von Swiss Paralympic noch zu denen des IPC zählen.
<b>Paralympische Zone</b>	Die Wettkampfstätten und das Paralympische Dorf im Austragungsort.
<b>Nicht-Paralympische Zone</b>	Gebiete ausserhalb der Wettkampfstätten und des paralympischen Dorfes (z. B. House of Switzerland).
<b>Paralympics Teilnehmende</b>	Alle akkreditierten Personen der Schweizer Delegation (Athlet*innen, Betreuer*innen, Trainer*innen, Offizielle).
<b>Paralympische Sponsoren</b>	Kommerziell orientierte Unternehmen, die sich als Förderer des IPC und/oder von Swiss Paralympic engagieren.
<b>Paralympische Markenzeichen</b>	Sämtliche geschützten Wort- und Bildmarken des IPC und von Swiss Paralympic (siehe Seite 6).

**Zeitraum der Paralympischen Spiele (Frozen Period)** 19. August bis und mit 11. September 2024

**Persönliche Sponsoren** Kommerziell orientierte Unternehmen, die sich als Förderer von Athlet\*innen engagieren und dadurch über die individuellen Rechte an den Athlet\*innen für die Umsetzung von Werbe-, Kommunikations- und Igemassnahmen verfügen. Dazu zählen nicht Partner/Förderer der Sportverbände, die über keine Einzelrechte an den Athlet\*innen des entsprechenden Sportverbands verfügen. Persönliche Sponsoren mit Rechten an Werbe-, Kommunikations- und Igemassnahmen bedürfen der Genehmigung durch Swiss Paralympic.

**Social-Media-Kanäle** Interaktive, digitale Austauschplattformen wie Facebook, X (vormals Twitter), Instagram, Snapchat, TikTok, LinkedIn, etc. Dazu zählen nicht persönliche oder firmeneigene Webseiten.

# Gut zu wissen

## Zum Verständnis

Die aktuelle Version der Broschüre «Werbung und Kommunikation mit Paralympischen Themen» ist jeweils online über [www.swissparalympic.ch](http://www.swissparalympic.ch) unter der jeweiligen Paralympischen Mission abrufbar.

## Für die Paralympische Bewegung

Wir setzen uns für die Paralympischen Werte Entschlossenheit, Inspiration, Mut und Gleichberechtigung ein. Das sind die Werte, die uns alle verbinden. Mit diesem Dokument möchten wir Athlet\*innen sowie Betreuer\*innen, Trainer\*innen, Offizielle, Sportverbände,

Sponsoren und Partner bei den Vorbereitungen für die Paralympischen Spiele unterstützen. Weiter erläutern wir wichtige Leitlinien und geben hilfreiche Tipps für die Werbung und Kommunikation mit Paralympischen Themen.

Das IPC verlangt als Gegenleistung für die Teilnahme an den Paralympischen Spielen, dass sich alle Athlet\*innen, Trainer\*innen, Betreuer\*innen, Offizielle und andere Mitglieder des Swiss Paralympic Teams verpflichten, ihren Namen und ihre sportlichen Leistungen nicht für Werbezwecke zu verwenden oder zur Verfügung zu stellen. Diese Regel ist in den IPC-Guidelines «Athlete Sponsorship and Advertising» festgehalten.

**Der hier vorliegende Leitfaden zur Auslegung der Vorgaben «Athlete Sponsorship and Advertising» sowie die IPC-Richtlinien für digitale Medien gelten explizit für Werbe- und Kommunikationsaktivitäten mit Schweizer Paralympics Teilnehmer\*innen, die ausschliesslich in der Schweiz durchgeführt werden und sich an die Schweizer Bevölkerung richten. Im Falle von Werbe- und Kommunikationsaktivitäten, die neben der Schweiz in mindestens einem weiteren Land lanciert werden oder Paralympische Teilnehmer\*innen aus einem anderen Land als der Schweiz einbeziehen, ist eine Genehmigung des IPC einzuholen. In einem solchen Fall gelten die IPC-Richtlinien und nicht die Auslegung dieses Leitfadens. Die IPC-Richtlinien und die Meldeplattform für internationale Kampagnen sind unter der folgenden URL-Adresse zu finden: [www.paralympic.org](http://www.paralympic.org) bei den jeweiligen Paralympischen Spielen im Bereich Richtlinien.**

# Das Wichtigste in Kürze

Die folgenden Punkte fassen die wichtigsten Neuerungen in der Auslegung der sog. Rule 40 in der Schweiz zusammen. Für das vollständige Verständnis über die Richtlinien bitte den gesamten Leitfaden lesen.

1. Während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele ist es Paralympics-Teilnehmenden möglich, persönlichen Sponsoren insgesamt maximal sieben Dankesbotschaften über die eigenen Social-Media-Kanäle zu versenden, sofern keine geschützten Marken verwendet und alle übrigen Punkte dieses Leitfadens berücksichtigt werden.
2. Persönliche Sponsoren von Paralympics-Teilnehmenden dürfen während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele pro Medaillenwettkampf, an dem der unterstützte Paralympics-Teilnehmende partizipiert, maximal eine Gruss- oder Gratulationsbotschaft ausschliesslich via den firmeneigenen Social-Media-Kanälen versenden. Dieselbe Botschaft kann einmalig und zeitgleich auf verschiedenen firmeneigenen Social-Media-Kanälen gepostet werden. Solche Posts müssen neutral gestaltet und formuliert sein und dürfen zwingend keine geschützten Marken beinhalten. Sponsoren von Sportverbänden, die über keine individuellen Rechte an den einzelnen Athlet\*innen verfügen, gelten nicht als persönliche Sponsoren.

3. Während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele können laufende Werbe- und Kommunikationskampagnen mit Paralympics-Teilnehmenden in unveränderter Intensität weitergeführt werden, sofern diese mindestens einen Monat vor Beginn des Zeitraums der Paralympischen Spiele lanciert wurden. Solche Massnahmen müssen neutral gestaltet und formuliert sein und dürfen zwingend keine geschützten Marken beinhalten. Zum Schutz der Paralympics-Teilnehmenden und um Gewissheit über die Zulässigkeit der Umsetzung zu erhalten, wird um deren vorgängige Anmeldung bei Swiss Paralympic gebeten. Formular auf der Website.
4. Bilder der Paralympischen Spiele dürfen von nicht-paralympischen Sponsoren für Werbe- und Kommunikationsmassnahmen verwendet werden, sofern auf diesen keine geschützten Marken ersichtlich sind und die zusätzlichen Bestimmungen dieses Leitfadens eingehalten werden.
5. Die Liste der persönlichen Sponsoren muss von Athlet\*innen oder deren Managements nicht mehr vor dem Zeitraum der Paralympischen Spiele Swiss Paralympic mitgeteilt werden (Datenschutz konform).

# Markenschutz: Das gilt es zu beachten

## Geschützte Marken

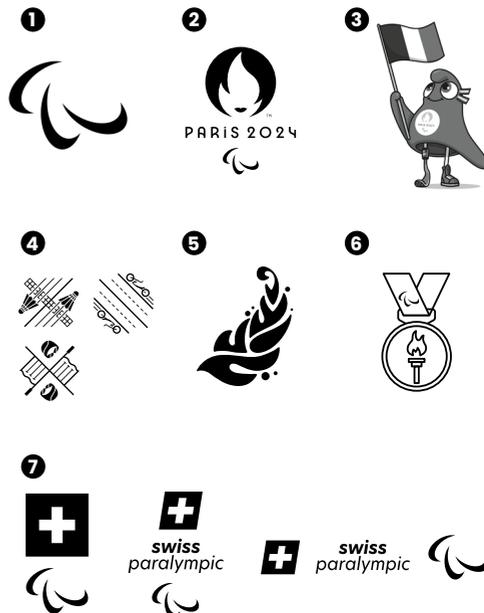
Folgende Wort- und Bildmarken sind vom IPC, EPC und von Swiss Paralympic markenrechtlich geschützt und sind nicht frei für Werbezwecke verwendbar. Der Markenschutz gilt auch für ähnliche Marken oder Verfremdungen der Bildmarken und Übersetzungen der Wortmarken in andere Sprachen. Die genannten Bezeichnungen dürfen auch nicht als Hashtags verwendet werden.

## Wortmarken

- Paralympische Spiele/Paralympics
- Paralympic
- Paralympiade
- Paralympics Sieger\*in/ Paralympionik\*in
- «Austragungsort», «Jahreszahl» (z.B. Paris 2024, Los Angeles 2028, etc.)
- Swiss Paralympic
- Swiss Paralympic Team
- Paralympic Swiss Team

## Bildmarken

1. Paralympische Agitos
2. Logo der jeweiligen Paralympischen Spiele
3. Maskottchen der jeweiligen Paralympischen Spiele
4. Sportpiktogramme der jeweiligen Paralympischen Spiele
5. Grafiken/Designelemente der jeweiligen Paralympischen Spiele
6. Paralympics bezogene Embleme (z.B. Fackel mit Flamme, Paralympics-Medaille etc.)
7. Swiss-Paralympic-Logos



## Audiovisuelles Material der Paralympischen Spiele

Die Rechte an sämtlichem audiovisuellem Material (d.h. Bilder, Fotografien und Videos) der Paralympischen Spiele gehören dem IPC. Es ist nicht gestattet, audiovisuelles Material, auf denen geschützte Marken sichtbar sind (z.B. Paralympics-Medaille), für Marketingzwecke zu verwenden. Davon ausgenommen sind die Partner des IPC und von Swiss Paralympic.

Professionelle Bilder der Paralympischen Spiele, die von einer akkreditierten Bildagentur bezogen wurden, können für kommerzielle Umsetzungen genutzt werden, sofern auf diesen keine geschützten Marken ersichtlich sind. Bei solchen Bildern ist es nicht gestattet, Veränderungen oder Retuschen vorzunehmen. Bilder der Paralympischen Spiele, die mit nicht-professioneller Fotoausrüstung (z.B. mit einem Smartphone) gemacht wurden, dürfen ebenfalls für kommerzielle Umsetzungen verwendet werden, sofern sämtliche geschützten Marken entfernt/retuschiert wurden.

Sind auf den Bildern geschützte Marken ersichtlich, dürfen diese ausschliesslich für nicht-kommerzielle Umsetzungen verwendet werden (Ausnahme Sponsoren des IPC und von Swiss Paralympic). Für Videos gelten dieselben Bestimmungen wie für Bilder mit der Ausnahme, dass jegliche Videos, die innerhalb der paralympischen Zonen aufgenommen wurden, weder für kommerzielle noch für nicht-kommerzielle Umsetzungen verwendet werden dürfen.

Bei der Verwendung von Bildern und Videos ist in jedem Fall zu beachten, dass die Privatsphäre und Rechte Dritter gewahrt werden. Darunter fallen unter anderem auch die Persönlichkeitsrechte sowie Bild- und Urheberrechte.

**Bei Verstössen gegen den Markenschutz oder dem unlauteren Wettbewerb können rechtliche Schritte eingeleitet werden, die gegebenenfalls zu wirtschaftlichen Sanktionen führen.**

# Paralympics-Teilnehmende und deren Verbände

## Status

Als Paralympics Teilnehmer\*innen dürft ihr stolz auf eure Leistungen sein und dies auch zeigen. Sobald ihr an den Paralympischen Spielen teilnehmt, könnt ihr den Status als Paralympics-Teilnehmende oder Paralympionik\*in (nach Goldmedaille auch Paralympics Sieger\*in) wie einen Titel bzw. als biografische Angabe zur Person nutzen (z.B. in der E-Mail-Signatur sowie auf Autogramm- und Visitenkarten). Diese Titel dürfen jedoch nicht häufiger oder prominenter als andere Bezeichnungen, Leistungen und Erfolge aufgeführt werden. Den persönlichen Sponsoren ist es erlaubt, euren Status unter denselben Bedingungen, als Erklärung zur Person, für Marketingzwecke einzusetzen.

✓ ERLAUBT



## Sponsorensuche

Bei einer Sponsoren- oder Geldsuche darf euer Status als Paralympics Teilnehmende oder das Ziel Paralympische Spiele nicht die Hauptaussage sein. Ziele, wie beispielsweise der Anschluss an die Weltspitze, müssen ebenfalls genannt und gleich gewichtet werden.

## Digitale Auftritte

Das Web bietet immer mehr interessante Kommunikationsmöglichkeiten. Wenn ihr die folgenden Punkte beachtet, könnt ihr eure Online-Plattformen bestmöglich und ohne Bedenken nutzen.

✗ NICHT ERLAUBT



## Social Media und Blogs

Als Paralympics-Teilnehmende ist es euch während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele erlaubt, euren persönlichen Sponsoren insgesamt sieben Dankesbotschaften über eure eigenen Social-Media-Kanäle zu versenden. Dabei ist es euch überlassen, ob ihr pro Dankesbotschaft mehreren Sponsoren dankt oder nur einem. Es können auch dieselben Sponsoren in mehr als einer Dankesbotschaft verdankt werden. Insgesamt dürfen es einfach maximal sieben Dankesbotschaften sein. Eine Dankesbotschaft ist entweder ein Post oder eine Story – nicht beides zusammen.

Wichtig: Bei solchen Dankesbotschaften dürft ihr zwingend keine geschützten paralympischen Wort- und Bildmarken nutzen und es darf kein direkter Bezug auf Swiss Paralympic, das Swiss Paralympic Team als Ganzes, das IPC oder die Paralympischen Spiele genommen werden. Ebenfalls ist es euch nicht erlaubt, Bilder der Paralympischen Spiele mit sichtbaren geschützten Marken zu verwenden.

Ihr dürft jedoch Bilder der Paralympischen Spiele, die ihr mit nicht-professioneller Fotoausrüstung (z.B. mit einem Smartphone) erstellt habt, verwenden, sofern ihr sämtliche geschützten Marken entfernt resp. retuschiert. Solche Bilder dürfen ausschliesslich für Social-Media-Anwendungen genutzt werden. Das Verwenden von Videos, GIFs oder Animationen ist für Dankesbotschaften nicht erlaubt. Weiter ist zu beachten, dass bei Dankesbotschaften nicht ausgesagt oder angedeutet wird, dass ein Produkt oder ein Angebot des Sponsors eure Leistung verbessert hat oder ihr deswegen an den Paralympischen Spielen teilnehmen könntet. Ein solches Produkt oder Angebot zu empfehlen, ist ebenfalls verboten.

Es ist nicht notwendig, Dankesbotschaften Swiss Paralympic vorgängig anzumelden.

Beispiele siehe Seite 10/11.

✓ ERLAUBT



Während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele mit Sponsoren-Bild ohne Erwähnung geschützter Wortmarken und sofern das verwendete Bild nicht von den Paralympischen Spielen ist.

✗ NICHT ERLAUBT



Verwendung geschützter Wort- und Bildmarken während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele mit Bezugnahme auf nicht Paralympischen Sponsor.

✓ ERLAUBT



Post von Athletin mit geschützten Marken ohne Sponsorenpräsenz.

Bei all euren Social-Media-Posts während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele, in denen eure persönlichen Sponsoren weder erwähnt werden noch deren Logo integriert wird, seid ihr frei, geschützte Paralympische Wortmarken (gemäss S. 6) sowie Bilder der Paralympischen Spiele mit geschützten Paralympischen Markenzeichen zu verwenden.

✗ NICHT ERLAUBT



Post von Athletin mit geschützten Marken und Sponsorenpräsenz.

Blogbeiträge müssen in der Ich-Form geschrieben werden. Ihr könnt diese auch an Medien (ausgeschlossen Marken- und Unternehmenspublikationen) weitergeben. Achtet bei der Nutzung von Bildern und Videos darauf, dass alle abgebildeten Personen mit der Veröffentlichung einverstanden sind. Beiträge mit Video- oder Tonaufnahmen sind nur gestattet, wenn ihr diese ausserhalb der Paralympischen Zone aufgenommen habt.

Videos können mit Erwähnung eurer persönlichen nicht-Paralympischen Sponsoren nur dann verwendet werden, wenn sämtliche geschützten Paralympischen Markenzeichen nicht zu sehen oder unkenntlich gemacht worden sind.

Allgemein dürfen vertrauliche Informationen über die Organisation und Durchführung der Paralympischen Spiele (z.B. über die Sicherheitsvorkehrungen) nicht veröffentlicht werden. Weiter ist es verboten, religiöse, rassistische oder radikale Ansichten sowie Inhalte für Propagandazwecke zu posten.

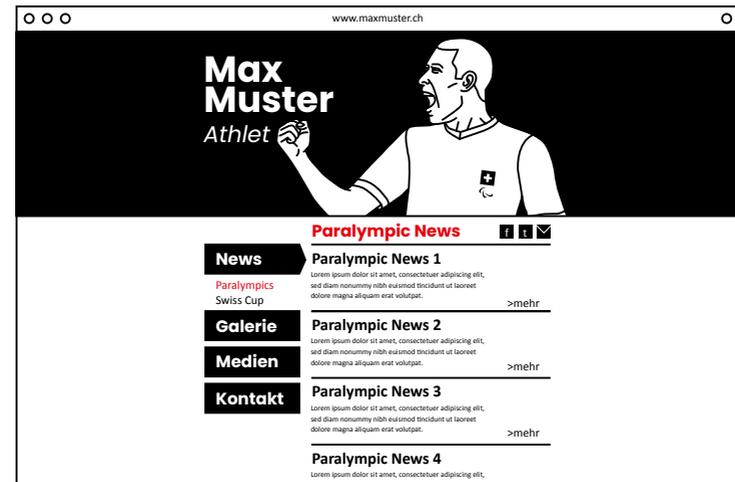
### Webseiten

Auf Webseiten von Paralympics-Teilnehmenden und Verbänden darf über die Teilnahme an den Paralympischen Spielen berichtet werden (z.B. Zielsetzungen, Erfolge, persönliche Erlebnisse), sofern keine nicht-Paralympischen Sponsorenlogos sichtbar sind oder diese sehr klar von den Paralympischen Inhalten abgegrenzt sind. Am sichersten ist, wenn ihr eine Unterseite einrichtet (z.B. [www.muster-athlet.ch/paralympics](http://www.muster-athlet.ch/paralympics) oder [www.musterverband.ch/paralympics](http://www.musterverband.ch/paralympics)), auf der keine nicht-Paralympischen Sponsorenlogos abgebildet sind. Auf eurer Startseite könnt ihr mittels eines Menüpunktes oder eines Teasers auf die Unterseite verweisen. Auf der Unterseite dürft ihr Bilder der Paralympischen Spiele uneingeschränkt zeigen und über die Spiele berichten. Achtet darauf, dass bei übrigen Bildern auf den Trikots keine Logos von nicht-Paralympischen Sponsoren zu sehen sind und keine Persönlichkeitsrechte verletzt werden. Weiter ist es nicht erlaubt, eigens für die Paralympischen Spiele eine neue Webseite zu erstellen (z.B. [www.musterverband-paralympics.ch](http://www.musterverband-paralympics.ch) oder [www.musterathlet-paralympics.ch](http://www.musterathlet-paralympics.ch)).

### ✓ STARTSEITE



### ✓ PARALYMPICS-UNTERSEITE



## Persönliche Auftritte

### Interviews und Medienauftritte

Innerhalb der Paralympischen Zone werdet ihr neben den Print- und Online-Journalisten nur von elektronischen Medien (TV/Radio) interviewt, die auch die Übertragungsrechte besitzen (aus der Schweiz: SRG-Medien).

Ausserhalb der Paralympischen Zone dürfen auch elektronische Medien, die keine Übertragungsrechte besitzen (Lokal-TV-Stationen) nach Vereinbarung mit euch Interviews machen. Für Interviews ohne Kameras oder Radiomikrofone treffen diese Leitlinien nicht zu. Das bedeutet, sofern das Interview in Rücksprache mit der Sportchef\*in erfolgt, dass es keine weiteren Vorschriften zu beachten gibt.

Nach Beendigung eurer Wettkämpfe dürft ihr – bei entsprechender Anfrage – unentgeltlich als Co-Kommentator\*in bei akkreditierten Radio- und TV-Sendern auftreten. Vorausgesetzt, ihr werdet dabei von einer Reporter\*in interviewt und habt die Erlaubnis der Sportchef\*in sowie des Chef de Mission. Ihr könnt auch an Internet-Chats teilnehmen, wenn die Fragen und Antworten von einer Journalist\*in aufgezeichnet werden.

Gemäss IPC-Handbuch dürfen Paralympics-Teilnehmende während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele nicht journalistisch tätig sein. Es ist euch also nicht erlaubt, während dieser Zeit als Fotograf\*in, schreibende Journalist\*in, Radio- oder TV-Reporter\*in zu arbeiten. Davon ausgenommen sind eure eigenen Social-Media-Kanäle und Blogs.

### Autogrammkarte

Falls ihr für die Paralympischen Spiele eine spezielle Autogrammkarte anfertigen lässt, die in irgendeiner Weise geschützte Paralympische Markenzeichen beinhaltet, dürfen weder im Layout noch auf dem Bild Logos von nicht-Paralympischen Sponsoren sichtbar sein. Auch nicht auf der Rückseite der Autogrammkarte. Für neutrale Autogrammkarten (ohne Logos von nicht-Paralympischen Sponsoren) dürft ihr selbst nicht die geschützten Paralympischen Bildmarken (gemäss S. 6) einfügen. Sind diese Bildmarken jedoch auf einem Bild der Paralympischen Spiele ersichtlich, welches ihr für eine neutrale Autogrammkarte verwendet, ist es erlaubt.

### Kleidung

Die Swiss-Paralympic-Team-Kollektion ist die offizielle Teambekleidung. Diese tragt ihr während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele bei allen Interviews und Fotoshootings (siehe auch Bekleidungsmanual der entsprechenden Mission).

Die spezifische Bekleidung wird von Swiss Paralympic für jede Sportart organisiert.

Auf der Wettkampfausrüstung und Teambekleidung sind keine zusätzlichen Logos und Bezeichnungen zulässig. Bei falscher Anwendung müssen die unerlaubten Markenzeichen abgedeckt werden. Das Design ist via Swiss Paralympic beim IPC zur Genehmigung einzureichen. Die Logo-Applikationen müssen den Richtlinien zur Herstelleridentifikation des IPC entsprechen. Bei Interviews im Vorfeld der Paralympischen Spiele gilt ab dem Zeitpunkt der Kleiderabgabe dieselbe Kleidervorschrift wie während dem Zeitraum der Spiele. Dasselbe gilt auch für Interviews im Nachgang der Spiele, sofern der Inhalt der Interviews explizit die Spiele betrifft.

# Unternehmen und nicht-paralympische Sponsoren

## Werbe- und Kommunikationsmassnahmen

Werbe- und Kommunikationskampagnen mit Paralympics-Teilnehmenden dürfen in unveränderter Intensität auch während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele fortgeführt werden, wenn diese mindestens einen Monat vor Beginn des Zeitraums der Paralympischen Spiele lanciert wurden. Diese Regel bezieht sich nur auf nationale Kampagnen. Internationale Kampagnen müssen gemäss den IPC-Richtlinien bis zum 28. Februar 2024 auf dem Markt sein und bedürfen der Genehmigung durch das IPC. Solche Massnahmen dürfen zwingend keine geschützten Paralympischen Markenzeichen beinhalten und es darf kein direkter Bezug auf Swiss Paralympic, das Swiss Paralympic Team als Ganzes, das IPC oder die Paralympischen Spiele genommen werden. Zum Schutz der Paralympics-Teilnehmenden sowie um Gewissheit über die Zulässigkeit der Umsetzung zu erhalten, wird um deren vorgängige Anmeldung bei Swiss Paralympic gebeten.

Persönliche Sponsoren dürfen während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele pro Medaillenwettkampf, an dem der unterstützte Paralympics-Teilnehmende partizipiert, maximal eine Gruss- oder Gratulationsbotschaft ausschliesslich via den firmeneigenen Social-Media-Kanälen versenden. Dieselbe Botschaft kann einmalig und zeitgleich auf verschiedenen firmeneigenen Social-Media-Kanälen gepostet werden. Solche Social-Media-Posts dürfen zwingend keine geschützten Paralympischen Markenzeichen beinhalten und es darf kein direkter Bezug auf Swiss Paralympic, das Swiss Paralympic Team als Ganzes, das IPC oder die Paralympischen Spiele genommen werden. Sponsoren von Sportverbänden, die über keine individuellen Rechte an den einzelnen Athlet\*innen verfügen, gelten nicht als persönliche Sponsoren. Die Paralympics-Teilnehmenden oder ihr persönliches Management müssen Swiss Paralympic vor Beginn des Zeitraums der Paralympischen Spiele eine Liste ihrer persönlichen Sponsoren einreichen sofern sie Aktivitäten im Zusammenhang mit der Mission Paris 2024 planen.

Das dafür bereitgestellte Meldeformular findet ihr unter: [www.swissparalympic.ch/pers-sponsoren/](http://www.swissparalympic.ch/pers-sponsoren/).

## ✓ ERLAUBT



Gratulations-Post zur Medaille während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele ohne Erwähnung/Präsenz geschützter Paralympischer Markenzeichen.

## ✗ NICHT ERLAUBT



Gratulations-Post zur Medaille während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele mit geschützten Paralympischen Markenzeichen.

✓ ERLAUBT



Kommentierter Gratulations-Post oder -Repost ohne geschützte Paralympische Markenzeichen während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele.

✗ NICHT ERLAUBT



Kommentierter Gratulations-Post oder -Repost mit geschützten Paralympischen Markenzeichen.

Bilder der Paralympische Spiele, auf denen geschützte Paralympische Markenzeichen ersichtlich sind, dürfen von nicht-Paralympischen Sponsoren zu keinem Zeitpunkt verwendet werden. Zu beachten ist, dass professionelle Bilder von akkreditierten Bildagenturen nicht verändert/retuschiert werden dürfen. Wird jedoch ein Bildausschnitt gewählt, der keine geschützten Paralympischen Markenzeichen beinhaltet, ist dessen Verwendung erlaubt.

Bei Umsetzungen während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele gemäss obigem Beschrieb darf nicht ausgesagt oder angedeutet werden, dass ein Produkt oder ein Angebot die Leistung des Teilnehmers verbessert hat oder dass er deswegen an den Paralympischen Spielen teilnehmen konnte.

Bei sämtlichen Umsetzungen ist darauf zu achten, dass vorgängig immer eine Freigabe der betroffenen Paralympics-Teilnehmenden eingeholt wird.

Mit Bezugnahme auf das Bundesgesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) ist eine übermässige Anlehnung an die Paralympischen Spiele auch ohne Nutzung geschützter Paralympischer Markenzeichen nicht gestattet, wenn die Betrachter\*innen der Umsetzung zur Annahme gelangen könnten, dass das Unternehmen ein Sponsor der Paralympischen Spiele, des IPC oder von Swiss Paralympic ist.

Das Kommentieren von Social-Media-Posts von Paralympics-Teilnehmenden ist erlaubt, sofern diese Posts keine geschützten Paralympischen Markenzeichen beinhalten. Dies trifft auch auf das Markieren des eigenen Unternehmens oder nicht-Paralympischen Sponsoren innerhalb eines Beitrages zu. Das Liken und unkommentierte Teilen von Social-Media-Posts ist in jedem Fall erlaubt. Emojis gelten als Kommentar und dürfen bei einem unkommentierten Repost nicht verwendet werden.

Vor und nach dem Zeitraum der Paralympischen Spiele können Unternehmen und nicht-Paralympische Sponsoren bei neutral gestalteten und formulierten Werbeumsetzungen Bezug auf die Leistungen von Paralympics-Teilnehmenden an Paralympischen Spielen nehmen. Dies darf aber ausschliesslich eine Erklärung zur Person im Sinne einer Bildlegende sein und nicht die Hauptaussage oder der Blickfang der Werbeumsetzung.

## Wettbewerbe

Wettbewerbe im Zusammenhang mit den Paralympischen Spielen (Quizfragen zu den Paralympischen Spielen, Ticketverlosungen, Reise an den Austragungsort als Gewinn usw.) sind nur den Partnern von Swiss Paralympic und jenen des IPC gestattet.

✓ ERLAUBT



✗ NICHT ERLAUBT



## Paralympische Partner

Nur weltweite Partner des IPC und OCOG-Partner dürfen ihre Marken, Produkte und Dienstleistungen mit den Paralympischen Spielen in Verbindung bringen. Sie verfügen zudem über Rechte an geschützten Paralympischen Markenzeichen und können diese in Werbe- und Kommunikationsmassnahmen vor, während und nach den Paralympischen Spielen einsetzen. Ihnen ist es während dem Zeitraum der Paralympischen Spiele gestattet, Paralympics-Teilnehmende für Werbe- und Kommunikationsmassnahmen zu

nutzen, wenn sie deren Einverständnis eingeholt haben. Einlaufbilder des Swiss Paralympic Teams von der Eröffnungsfeier der Paralympischen Spiele, auf denen mehrere Athlet\*innen verschiedener Sportarten ersichtlich sind, dürfen die Paralympischen Partner auch ohne das Einverständnis der abgebildeten Athlet\*innen für Werbe- und Kommunikationsmassnahmen nutzen. Es darf jedoch nur auf das Swiss Paralympic Team als Ganzes Bezug genommen werden und nicht auf einzelne Athlet\*innen.

## Medien

Medien dürfen im Rahmen der redaktionellen Berichterstattung die geschützten Logos und Begriffe sowie Bildmaterial von den Paralympischen Spielen verwenden (z.B. «Paralympics-Beilage»). Die Wort- und Bildmarken können jedoch nicht für die Produktvermarktung (z.B. Paralympics-Abonnement) eingesetzt werden. Weiter ist es nicht erlaubt, Werbung von nicht-Paralympischen Sponsoren ohne deutliche Abtrennung von der Berichterstattung zu den Spielen zu platzieren. Die zuvor genannten Rechte gelten nicht für Unternehmens- und Markenpublikationen.

## Behörden

Für Willkommensfeste zu Ehren von Paralympics-Teilnehmenden dürfen geschützte Wort- und Bildmarken sowie Bildmaterial der Paralympischen Spiele verwendet werden, solange keine nicht-Paralympischen Sponsoren des Festes oder andere Unternehmen präsent sind. Dies gilt auch für Flyer, Inserate und Plakate zur Bewerbung der Feier.

# Kontakte und Infos

Bei Fragen und Unklarheiten stehen wir gerne zur Verfügung:

*Auskünfte betreffend Werbung & Marketingaktivitäten:*

**Conchita Jäger**

Generalsekretärin

+41 79 963 86 74

[conchita.jaeger@swissparalympic.ch](mailto:conchita.jaeger@swissparalympic.ch)

*Auskünfte betreffend Medienarbeit:*

**Sarah Ennemoser**

Medien & Kommunikation

+41 79 852 24 77

[sarah.ennemoser@swissparalympic.ch](mailto:sarah.ennemoser@swissparalympic.ch)

*Auskünfte betreffend Teambekleidung:*

**Céline Moser**

Team Support & Games Managerin

+41 79 355 74 49

[celine.moser@swissparalympic.ch](mailto:celine.moser@swissparalympic.ch)

**Weitere Informationen**

[www.swissparalympic.ch](http://www.swissparalympic.ch)



Premium Partner



Schweizer  
Paraplegiker  
Stiftung

Partner



JOSEPH VOEGELI  
STIFTUNG  
FÜR VERANTWORTLICHE LEISTUNG



REYL  
INTESA SANBILO



suva

