

# MARKETING-SPIELREGELN ZUR EM 2020

Wie und womit darf ich werben?



Diese Spielräume bleiben Ihnen,  
damit Sie kein Eigentor schießen!



Februar 2020

White Paper 01/20



## Was Sie erwartet:

Inhalt	02
Einleitung, Logos der Gastgeberländer	03
Chronologischer Spielplan, Gruppeneinteilung	04
Spielplan der Playoffs	05
Die Logos, Werbung und Recht	06
Wie darf ich zur EM werben?	07
Was geht und was geht nicht?	08
Zulässige Werbung und besser unterlassen	09
Sportwetten, Lotterien, Gewinnspiele zur EM	10
Abgesicherte Promotions zur EM	11
Ideen für EM-Promotions und Gewinnspiele	12
Gewinnen Sie mit Ihrem Tipp 12.500€	13
UEFA-Logo-Guideline EURO 2020	14
§ 14 Markengesetz	26

---

### RECHTLICHER HINWEIS

Bitte beachten Sie: Die Informationen in diesem White Paper sind ein unverbindlicher und kostenloser Service und stellen keine Rechtsberatung dar. Deshalb kann dieses White Paper bei einem konkreten Thema nicht den Gang zu einem Rechtsanwalt ersetzen. Ziel ist, in diesem White Paper über allgemeine und spezielle Promotionfragen zu informieren, Hintergrundinformationen zu liefern und von Erfahrungen anderer Experten zu profitieren. Für die Richtigkeit der Informationen in diesem White Paper kann keine Gewähr übernommen werden.

---

### HERAUSGEBER

HAPPY Marketing Solutions AG  
Hauptstr. 45 | 63303 Dreieich  
Telefon: 0 61 03 / 20 53 800  
E-Mail: kontakt@happysolutions.de

Web: <https://happysolutions.de>  
<https://securepromotions.de>

Blog 1: <https://gewinnspiel-wissen.de>  
Blog 2: <https://promotion-absichern.de>  
Blog 3: <https://happysolutions.de/blog>

Ansprechpartner:  
Dietmar Grünberg  
Telefon: +49 6103 2053 700  
Telefax: +49 6103 2053 703  
[d.gruenberg@happysolutions.de](mailto:d.gruenberg@happysolutions.de)

Quellen: UEFA, IHK, eigene Recherche  
Bilder: iStock und Bildschirmprints



## EINLEITUNG

Von 12. Juni bis 12. Juli 2020 wird eine Fußball-Europameisterschaft zum ersten Mal in mehr als zwei Ländern Europas, nämlich gleich 12, ausgetragen. Folgende 12 Spielorte sind ausgewählt worden:

London	(7) Wembley Stadion
Rom	(4) Olympiastadion Rom
Baku	(4) Nationalstadion Baku
München	(4) Allianz Arena
St. Petersburg	(4) Krestowski Stadion
Budapest	(4) Neues Nationalstadion

Bukarest	(4) Arena Nationala
Amsterdam	(4) Johan-Cruyff-Arena
Glasgow	(4) Hampden Park
Dublin	(4) Aviva Stadium
Bilbao	(4) San Mames
Kopenhagen	(4) Telia Park

In () ist die Anzahl der Spiele angegeben, die dort stattfinden. Die beiden Halbfinal und das Finale findet im legendären Wembley Stadion in London statt.

## Die Logos der 12 Gastgeberstädte



Quelle: <https://www.uefa.com/uefaeuro-2020/>



## CHRONOLOGISCHER SPIELPLAN DER EM

24 Nationen treten von 12. Juni bis 12. Juli 2020 bei der Fußball Europameisterschaft 2020 an, um den Nachfolger von Titelverteidiger Portugal auszuspielen.

Das Eröffnungsspiel findet am 12. Juni und das Finale einen Monat später am 12. Juli statt.

Das Eröffnungsspiel zur EM 2020 wird in Rom im Olympiastadion ausgetragen, angepfiffen wird die Partie um 21 Uhr deutscher Zeit.

Die Gruppenphase läuft vom 12. Juni bis zum 25. Juni. Das EM Achtelfinale 2020 wird in der Zeit vom 27. Juni bis zum 30. Juni ausgetragen. Weiter geht es dann am 3. Juli 2020 mit dem EM Viertelfinale.

Am 7. und am 8. Juli wird das EM Halbfinale ausgetragen.

Am 12. Juli findet dann um 21 Uhr das große EM Finale statt.

## DIE EM 2020 GRUPPENEINTEILUNG

Gruppe A	Gruppe B	Gruppe C
<b>Türkei</b>	<b>Dänemark</b>	<b>Niederlande</b>
<b>Italien</b>	<b>Finnland</b>	<b>Ukraine</b>
<b>Wales</b>	<b>Belgien</b>	<b>Österreich</b>
<b>Schweiz</b>	<b>Russland</b>	<b>? Playoffs D</b>

Gruppe D	Gruppe E	Gruppe F
<b>England</b>	<b>Spanien</b>	<b>? Playoffs A</b>
<b>Kroatien</b>	<b>Schweden</b>	<b>Portugal</b>
<b>? Playoffs C</b>	<b>Polen</b>	<b>Frankreich</b>
<b>Tschechien</b>	<b>? Playoffs B</b>	<b>Deutschland</b>

Hier die Teilnehmer eingeteilt in Gruppen. 4 Plätze sind noch nicht entschieden, die werden in sog. Playoffs vergeben. (siehe nächste Seite)



## SPIELPLAN DER EM PLAYOFFS 2020

16 Länderteams spielen erstmals in einer Playoff-Runde um die letzten 4 Plätze für die Endrunde der Fußball-Europameisterschaft 2020.

In den Nations League Playoffs treten ausschließlich solche Teams an, die sich nicht regulär für die Endrunde qualifizieren konnten. Denn der Sieger der Nationsliga ist nicht automatisch qualifiziert, wie in vergleichbaren Wettbewerben auf Vereinsebene üblich.

Folgende Mannschaften treten in den Playoffs für die EURO 2020 an:

### Playoff A:

Island, Bulgarien, Ungarn, Rumänien

### Playoff B:

Bosnien und Herzegowina, Slowakei, Irland, Nordirland

### Playoff C:

Schottland, Norwegen, Serbien, Israel

### Playoff D:

Georgien, Nord Mazedonien, Kosovo, Weißrussland

### Playoff A

Runde	Datum	Uhrzeit	Match
Halbfinale	26.03.2020	20:45	🇮🇸 Island - Rumänien 🇷🇴
Halbfinale	26.03.2020	20:45	🇧🇬 Bulgarien - Ungarn 🇭🇺
Finale	31.03.2020	20:45	Sieger HF 1 - Sieger HF2

### Playoff B

Runde	Datum	Uhrzeit	Match
Halbfinale	26.03.2020	20:45	🇸🇦 Bosnien & Herz. - Nordirland 🇬🇧
Halbfinale	26.03.2020	20:45	🇸🇰 Slowakei - Irland 🇮🇪
Finale	31.03.2020	20:45	Sieger HF 1 - Sieger HF2

### Playoff C

Runde	Datum	Uhrzeit	Match
Halbfinale	26.03.2020	20:45	🇸🇨 Schottland - Israel 🇮🇱
Halbfinale	26.03.2020	20:45	🇳🇴 Norwegen - Serbien 🇷🇸
Finale	31.03.2020	20:45	Sieger HF 1 - Sieger HF2

### Playoff D

Runde	Datum	Uhrzeit	Match
Halbfinale	26.03.2020	18:00	🇦🇷 Georgien - Weißrussland 🇧🇪
Halbfinale	26.03.2020	20:45	🇲🇰 Nordmazedonien - Kosovo 🇰🇲
Finale	31.03.2020	20:45	Sieger HF 1 - Sieger HF2



### Das Logo zur EM 2020

Die bedeutende Entscheidung, die UEFA EURO 2020 in 12 europäischen Ländern stattfinden zu lassen, spiegelt sich natürlich in dem Logo wieder. Das aufwendige und farbenfrohe Logo ist dabei weit entfernt von den simplen Darstellungen früherer Turniere und liegt damit voll im Trend. Dabei spiegelt die üppige Illustration auch die Bedeutung dieses wichtigen Turniers wieder, denn die UEFA EURO 2020 ist auch gleichzeitig ein Jubiläum:

Seit 60 Jahren verbindet dieses Turnier Menschen in ganz Europa, verbindet Nationen und Millionen von Fans. Da scheint es nur ganz natürlich, dass das Logo der UEFA EURO 2020 ein großes, farbenfrohes Bild von einem miteinander verbundenen Europa zeichnet.

Die Mitte des Logos dominiert der Henri Delaunay Cup, welcher von feiernden, farbenfrohen Fans umringt wird. Die beiden weiteren Elemente des Logos bestehen aus dem Event-Namen und dem Trademark-Symbol. Weiterhin gibt es auch noch andere Versionen des Logos für verschiedene Anlässe. Mehrere

Versionen sind hierbei weniger farbenfroh bzw. einfarbig. Auch eine Version in Schwarz wurde von der UEFA designt. Ebenfalls wichtig sind verschiedene Versionen für den Schriftzug UEFA EURO 2020, welcher ebenfalls in verschiedenen Versionen und Farben von der UEFA präsentiert wird.



UEFA EURO 2020 Design, Quelle: UEFA

### Werbung und Recht – die UEFA achtet genau auf die Einhaltung der Regeln

Die Fußball-Europameisterschaft wird von der UEFA organisiert, welche viele Schutz- und Urheberrechte im Zusammenhang mit der EM besitzt. Hierunter fallen Rechte an Marken, Logos, Trophäen oder auch am offiziellen Slogan. Zu den offiziellen Sponsoren der EM zählen internationale Größen wie z.B. adidas, Coca-Cola, McDonalds oder Continental.

Auch nationale Unternehmen gehören zu den Partnern der UEFA EURO 2020. Diese Partnerunternehmen sind die einzigen, die das Recht haben, mit einer direkten Verbindung zwischen sich und der EM zu werben. Andere Firmen haben dennoch die Chance, mit der UEFA EURO 2020 zu werben. Nötig hierfür ist ein Lizenzerwerb durch das Abschließen eines Lizenzvertrags mit der UEFA. Hier wird genau festgelegt, wie und auf welchen Produkten Logos und Schriftzüge abgebildet werden.

### Vorsicht bei der Nutzung!

Die UEFA hat sich die Marke „EURO2020“ eintragen lassen.

Will man mit dem Begriff „EURO2020“ werben, riskiert man eine (sehr teure) Abmahnung; das gilt übrigens für alle fremden Marken. Denn es ist grundsätzlich verboten

- eine fremde Marke so zu nutzen, dass Dritte glauben könnten, man stünde mit dieser Marke in Verbindung; juristisch spricht man in solchen Fällen von der sogenannten **Verwechslungsgefahr** (siehe zum Schluss § 14 Abs. 2 Nr. 2 Markengesetz), oder
- den guten Ruf einer fremden Marke **„auszubeuten“** (siehe zum Schluss § 14 Abs. 2 Nr. 3 Markengesetz).



## Die EM 2020

Am 12. Juni 2020 beginnt in Europa die Fußball-Europameisterschaft EURO 2020. Unser Leit-faden gibt Ihnen einen Überblick, worauf geachtet werden muss, wenn Sie als Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen im Kontext der Europameisterschaft vermarkten möchten und welche Voraussetzungen für die Durchführung gelten.

Veranstaltet wird die Fußball-Europameisterschaft (EM) von der Union des Associations Européennes de Football (UEFA). Diese Organisation besitzt eine Vielzahl von Schutz- und Urheberrechte im Zusammenhang mit der EM, zum Beispiel an Logos, Marken oder Trophäen, welche offiziell im Rahmen des Wettbewerbs verwendet werden.

In diesem White Paper wird ausgeführt, welche Schutz- und Urheberrechte an UEFA-Namen, Logos, -Marken, -Musik, -Medaillen, -Plakaten und -Trophäen bestehen und welche Werbung damit bzw. daneben zulässig oder unzulässig ist.

Die Schriftzüge der EURO 2020 sind geschützt, so sehen diese beispielsweise aus:



UEFA euro2020 Schriftzug, Quelle: UEFA

## Wie darf ich zur und mit der EM werben?

Wir haben für Sie einen kleinen Praxis-Leitfaden zum Marken- und Werberecht zusammengestellt, der grundsätzlich für alle sportlichen Groß-Events wie Olympische Spiele sowie Welt- und Europameisterschaften gilt. Bei Beachtung vermeiden Sie schmerzhaftes Fouls und Eigentore. Folgende Fragen werden insbesondere behandelt

- Welche Logos darf man wann verwenden?
- Darf man ein eigenes EM-Logo entwerfen?
- Darf man überhaupt mit Hinweis auf die EM werben?
- Wie dürfen die deutschen Nationalfarben Schwarz-Rot-Gold eingesetzt werden?
- Sind Sonderaktionen und Rabatte zur EM zulässig?

- Darf man eigene Produkte wie Sammelbilder, T-Shirts und Gläser mit EM-Aufdruck verkaufen?
- Darf man Sportwetten veranstalten?
- Wie sieht es mit Gewinnspielen und Tippspielen aus?
- Dürfen Eintrittskarten verlost werden?

Das alles und noch viel mehr wird in diesem EM-Guide anschaulich und übersichtlich erklärt. Wir beschreiben darin, wie man Produkte und Dienstleistungen im Kontext der Fußball EM 2020 vermarkten darf und was man tunlichst unterlassen sollte, damit Sie Ihre Werbung rund um die EM treffsicher gestalten.

Die UEFA hat nichts dagegen, wenn Sie mit Ihrem Unternehmen mit allgemeinen Bezügen zum Fußball vom Boom partizipieren wollen. Wenn Sie die strengen Regeln beachten.



### **Können eigene EURO 2020-Logos entworfen und verwendet werden?**

Das Design von eigenen EM-Logos ist grundsätzlich möglich. Wenn Sie selbst ein EURO 2020-Logos entwerfen und verwenden wollen, müssen Sie aber darauf achten, dass keine gedankliche Verbindung zum offiziellen Emblem oder allgemein zur EM als Veranstaltung der UEFA hergestellt wird.



### **Darf man die Farben Schwarz-Rot-Gold verwenden?**

Die Bundesfarben stellen - ohne Gestaltung als Fahne oder Flagge - kein Hoheitszeichen dar und dürfen daher grundsätzlich verwendet werden. Gegen die Verwendung der deutschen Flaggenfarben schwarz, rot und gold ist deshalb prinzipiell nichts einzuwenden.



### **Dürfen Produkte mit offiziellen UEFA-Marken oder Symbolen vertrieben werden?**

Dies ist nur dann zulässig, wenn man einen entsprechenden Lizenzvertrag mit der UEFA abgeschlossen hat. Damit sollen die Kennzeichen (Logos und Markennamen) der UEFA geschützt werden. Mit dem Vertrag erwerben die Lizenznehmer die Rechte für die Verwendung der Kennzeichen der UEFA für die EM auf bestimmten Produkten. Lizenznehmer dürfen aber nicht das eigene Unternehmen mit der EM in Verbindung bringen.

### **Sind Sonderaktionen anlässlich der EM zulässig?**

Generell zulässig ist die Auszeichnung von Sonderpreisen aufgrund der EM. Allerdings müssen die allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Regeln sowie Markenrechte der UEFA respektiert werden.

### **Darf danach überhaupt nicht mit der Europameisterschaft geworben werden?**

Juristisch formuliert sieht es so aus: Eine Werbung unter Bezugnahme auf die EM kann zulässig sein, wenn die Angabe rein beschreibend ist und nicht gegen die guten Sitten verstößt. Rein beschreibende Angaben sind solche, die zur Beschreibung von Merkmalen und Eigenschaften der darunter vertriebenen und beworbenen Waren und Dienstleistungen dienen können, z. B. ihre Art, Beschaffenheit, Bestimmung, ihren Wert, ihre geografische Herkunft oder die Zeit ihrer Herstellung oder ihrer Erbringung. Das hilft jetzt nicht viel weiter.





### Gute Beispiele für eine zulässige Werbung in diesem Kontext wären:

Erlaubt sind fußballaffine allgemeine Werbeaussagen wie „Fußball in ganz Europa“, eine dekorative Schaufenstergestaltung mit den Fahnen der europäischen Austragungsländer, Fußball-Schaufensterpuppen, Bälle, Tore (allerdings ohne die offiziellen UEFA-Symbole).

- „Fan-Wurst nur 2,50 Euro“
- „Großes Fan-Sortiment“
- „10 Prozent Fan-Rabatt auf Geschirr“.
- „Das Fußballfieber steigt, aber die Preise fallen“
- „20 Prozent auf alles während der EM“
- „Während der Europameisterschaft senken wir die Preise für alle Sportartikel um 20 Prozent“
- „Wenn Deutschland Europameister wird, zahlen wir Ihnen den Preis für die vom... bis... gekaufte Küche zurück“
- „Für jedes Tor der deutschen Deutschen Nationalmannschaft erhalte 1 Prozent Rabatt auf unser gesamtes Sortiment“
- „Während der EM gibt es bei dem Kauf von 10 Bratwürsten eine Cola gratis“
- „Zum Anstoß der EM gibt es 3 Bier zum Preis von 2“

### Unterlassen sollten Sie auf jeden Fall

- Offizielle bildliche Logos und Embleme der UEFA oder Dritter ohne entsprechende Lizenz zu verwenden, weder in der Printwerbung, noch als Hyperlinks, Apps oder sonstige mobile Services, Desktop-Wallpaper, auf Social-Media-Plattformen.
- Einen Hinweis, der den falschen Eindruck erweckt, man sei offizieller Sponsor, Förderer, Unterstützer oder sonstiger Partner der UEFA. Gleiches gilt, wenn der Verbraucher davon ausgehen könnte, es handle sich um offizielle UEFA-Waren bzw. spezielle Weltmeisterschaft-Produkte (Merchandising-Produkte).
- Die Übernahme des UEFA-Spielplans (urheberrechtlich geschützt!); aber die Gestaltung eines eigenen Spielplans ist zulässig.
- Geschützte Markennamen der UEFA als Teil eines Produktnamens zu verwenden, z. B. „Euro 2020-Bratwurst“ oder „EURO2020-Fernseher“.

Sparen Sie  
bis zu 129€  
mit unseren TV  
Fan-Paketen zum Fußballfest

Motiv: Aktuelle Amazon Werbung.



- Ein Hinweis, wonach die eigenen Produkte mit UEFA-Produkten vergleichbar seien.
- Nachahmungen von Produkten der UEFA und ihrer Sponsoren, Förderer und sonstigen Partner.
- Jeder Hinweis, der den Eindruck erweckt, man sei offizieller Sponsor, Förderer oder sonstiger Partner der UEFA.
- UEFA-Merchandisings zur Schaufenstergestaltung verwenden.

Es ist deshalb dringend angeraten, vor Veröffentlichung einer EM-bezogenen Werbung eine eingehende juristische Überprüfung der Zulässigkeit der geplanten Werbung bei einer auf Markenrecht spezialisierten Kanzlei vornehmen zu lassen. Denn die Zulässigkeit einer Werbung hängt immer vom Einzelfall ab.



### Sportwetten und Lotterien während der EM

Wenn der Kunde zahlen muss, um an einer Verlosung teilzunehmen, handelt es sich um ein Glücksspiel und man braucht dafür eine Genehmigung der entsprechenden Behörde. Denn Sportwetten und Lotterien mit Geldeinsatz dürfen nur mit der Erlaubnis einer Landesregierung angeboten werden.

Eine Aktion wie "Jeder, der bei uns einen Fernseher kauft, kann auch ein WM-Los käuflich erwerben und eine Reise nach Gran Canaria gewinnen" ist damit nicht erlaubt. Auch ein EM-Tippspiel auf Spiele der deutschen Nationalmannschaft oder auf den neuen Euromeisterwürde darunterfallen, wenn für den Tipp Geld verlangt würde.

### Gewinnspiele und Tippspiele zur EM

Anders verhält es sich, wenn das Gewinnspiel oder das Tippspiel gratis veranstaltet oder an den Kauf eines Produktes geknüpft wird. Dies sind dann sog. Conditional Rebate Gewinnspiele, die von einem Sportergebnis oder einem Wetterereignis abhängig gemacht werden.

**Vorsicht** ist geboten, wenn man ein „EURO2020-Gewinnspiel“ veranstalten möchte. Es können allerdings Gewinnspiele als sog. Sportwetten bzw. Tippspiele angeboten werden. Dabei kann

### Darf ein Gewinnspiel veranstaltet werden, bei dem es EM-Eintrittskarten zu gewinnen gibt?

Gewinnspiele mit Eintrittskarten können nur von den offiziellen Partnern der EM ausgerichtet werden. Denn jede Nutzung der Eintrittskarten zur Fußball-Europameisterschaft für werbliche Zwecke - einschließlich des Verkaufs - ist unzulässig bzw. bedarf eines Sponsorenvertrages.

Anders wäre es aber, wenn man ein „Gewinnspiel“ veranstaltet, bei dem man Eintrittskarten für die Europameisterschaft 2020 gewinnen kann.

Die Bezeichnung WM, Fußball-WM usw. hat der Bundesgerichtshof nicht als Marke anerkannt, da hierfür ein sogenanntes Freihaltebedürfnis bestehe. D.h. man dürfte formulieren: „EM-Gewinnspiel“, aber eben nicht EURO2020-Gewinnspiel.

ein Teilnehmer auf ein bestimmtes Ergebnis wetten bzw. tippen und bekommt vom Anbieter bei Eintritt eine Belohnung. Beispiele hierfür sind

„Sie bekommen den Preis für Ihr neues Auto zurück, wenn Deutschland im Endspiel 4:1 gewinnt“ oder

„Wenn Deutschland Euromeister wird und Sie den richtigen Endspielgegner getippt haben, gewinnen Sie 12.500€“. Dieses Gewinnspiel wird gerade live von HAPPY veranstaltet. Wenn Sie noch nicht getippt haben, hier haben Sie die Gelegenheit [em-tipp.happygroup.de](http://em-tipp.happygroup.de).

Jedoch: Eine Bäckerei könnte eine WM-Aktion starten wie **"Jeder, der bei uns fünf Brötchen kauft, nimmt an der Verlosung eines Fußballs teil"**. Denn bereits 2010 hat der Europäische Gerichtshof (EuGH) das deutsche **Verbot der Gewinnspielkopplung gekippt**. Seitdem dürfen Händler und Dienstleister den Verkauf von Waren, Produkten und Dienstleistungen mit einem Gewinnspiel verbinden. Der deutsche Gesetzgeber hat in der Folge das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb neu gefasst und die entsprechende Vorschrift (§ 4 Nr. 6 UWG) aus dem Gesetz gestrichen.

Die Rechtsprechung ist sich da aber – wie in vielen anderen Fällen auch – nicht ganz einig. Denn bereits früher hatte das Oberlandesgericht (OLG) Frankfurt einmal entschieden, dass derjenige Veranstalter eines Gewinnspiels, der Eintrittskarten für ein Festival verlost, auch den markenmäßig geschützten Namen des Festivals nennen dürfte, damit die Teilnehmer wüssten, für welches Festival die Karten gelten. Dabei bestand die Besonderheit aber darin, dass der Gewinnspielveranstalter deutlich gemacht hatte, dass er selbst mit dem Festival nichts zu tun habe, sondern nur hierfür Karten über ein Gewinnspiel verlose.



## Clevere „Defensive“: Ihre Promotion-Absicherung zur Fußball-EM

- 0% Auszahlungsrisiko
- 100% Budgetsicherheit

Gewinnspiele zur Fußball-EM kommen an. Ein EM-Gewinnspiel schafft enorme Aufmerksamkeit und begeistert Millionen Fans, egal ob jung oder alt, Mann oder Frau. Bieten Sie deshalb Ihren Kunden mit dem Promotion-Absicherer [HAPPY Secure Promotions](#) eine besondere Geld-zurück-Promotion: Z. B. „Geld zurück, wenn Deutschland Europameister wird“. Ihre Promotion-Absicherung zur Fußball-EM übernehmen wir. Welche Vorteile Sie mit einer abgesicherten Gewinnspiel-Promotion anstelle einer klassischen Verlosung haben, lesen Sie in dem Blogbeitrag [„Klassische Verlosung vs. abgesichertes Gewinnspiel“](#).

## Ihre Promotion-Absicherung zur Fußball-EM

HAPPY Secure Promotions hat speziell zur Fußball-EM 2020 ein ganzes Bündel an Ideen für seine Kunden entwickelt.

### Conditional Rebate\* Sport: Die Steilvorlage für Ihren Absatz

Starten Sie den Absatzturbo mit spektakulären Wettangeboten wie z. B. „Wir erstatten Ihnen den Kaufpreis des Fernsehers, der Küche oder des neuen Autos, wenn Deutschland...“.

Lassen Sie Ihre Kunden gewinnen, wenn wir ins Finale kommen! Mit spektakulären EM-Wetten heizen Sie Ihren Umsatz an. Und HAPPY Secure Promotions ermöglicht Ihre Rabattaktionen, mit denen Sie sich über eine einzigartige Wette vom Wettbewerb abheben und Ihren Abverkauf ankurbeln.

### So sichern wir Sie ab:

HAPPY Secure Promotions sichert das Erstattungsvolumen zu einem festen Prozentsatz ab und zahlt bei Eintreten des Ereignisses alle Erstattungen an Ihre Kunden aus.

Alle Promotions können natürlich auch für andere Sportarten bzw. Großereignisse (Weltmeisterschaften, Olympische Spiele, Fußball Bundesliga etc.) veranstaltet werden.

HAPPY Secure Promotions realisiert Promotion-Absicherung zur Fußball-EM für alle Branchen

Besonders beliebt sind abgesicherte EM-Gewinnspiele und insbesondere spezielle EM-Wetten in den Branchen Handel und Automotive:

- Technikhandel
- Möbelhandel
- Küchenstudios
- Autohandel



Damit haben Sie 100% Budget- und Auszahlungssicherheit. Ihre Käufer erhalten entweder den vollen Kaufpreis oder einen fixen Geldbetrag erstattet, wenn ein vorab definiertes Ereignis eintritt, z. B.

- Wir zahlen Ihnen den kompletten Kaufpreis für den Fernseher zurück, wenn Deutschland Europameister wird
- Wir erstatten den kompletten Kaufpreis für die neue Küche, wenn Deutschland gegen England im Finale steht
- Der Kaufpreis für das neue Auto geht auf uns, wenn im Endspiel mehr als ...  
Und, und, und

„Conditional Rebate“ gibt es nicht nur für Sport, sondern auch für Wetterereignisse, z. B. „Wenn es zu einem bestimmten Zeitpunkt an einem bestimmten Ort schneit, bekommen Sie den Preis für das Auto zurück“.

### \*Was ist überhaupt „Conditional Rebate“?

Heißt auf Deutsch: „Bedingter Rabatt“, nämlich dass ein Gewinn- oder Prämienversprechen eingelöst wird, wenn eine bestimmte Bedingung eintritt. Also ein ganz bestimmtes Ergebnis bei einer sportlichen Veranstaltung oder beim Wetter.



## EM-TIPPSPIEL

Bieten Sie allen sportbegeisterten Fans mit einem Tippspiel eine besondere Art der Unterhaltung zu sportlichen Ereignissen. Motivieren Sie Ihre Kunden mit einem EM-Gewinnspiel einen Europameister-Tipp abzugeben. Lassen Sie z. B. die Teilnehmer tippen, wie Deutschland bei der Fußball-Europameisterschaft spielen wird. Dafür gibt es verschiedene Varianten:

Jeder Tipper nimmt an einer Verlosung mit garantierten oder abgesicherten Gewinnen teil. Die Teilnehmer tippen online die Ergebnisse von Spielpaarungen des Turniers. Ab einer bestimmten Anzahl richtiger Tipps gibt es Preise. Oder die Teilnehmer müssen eine ganz bestimmte Spielpaarung tippen.

## HAPPY EM-Tipp

Gestalten Sie die Bewerbung und Landingpage zur Teilnahme mit Fußballmotiven. Ab sofort können Sie übrigens an einem Tippspiel teilnehmen und mit Ihrem richtigen Tipp 12.500€ sowie viele weitere attraktive Preise gewinnen.

Das EM-Tippspiel finden Sie unter <https://em-tipp.happygroup.de>

## EM-CODESPIEL

Ideal zur Absatzförderung von Produkten und zur Leadgenerierung. Die Glückscodes werden auf einer speziellen Landingpage aktiviert.

Drucken Sie auf Aktionspackungen, Flyern oder Katalogen x-stellige Glückscodes auf. Die Teilnehmer geben den Glückscodes online auf einer Landingpage ein und können – wenn Sie das wollen – sofort erfahren, ob sie einen der ausgelobten Preise gewonnen haben.

Dafür setzen wir eine Instant-Win-Promotion auf. Vor Start der Promotion werden dazu zufällig ausgewählte Gewinncodes auf einem zentralen Server (PromoCentral) einprogrammiert. Jeder auf der Landingpage eingegebene Glückscodes wird sofort auf Übereinstimmung mit den einprogrammierten Gewinncodes abgeglichen. Der Teilnehmer bekommt dann einen entsprechenden Hinweis und wird im Gewinnfall zur Eingabe seiner Daten geleitet.

Das Codegewinnspiel kann aber auch als Future-Win-Promotion ausgespielt werden. Dann werden

alle teilnehmenden Glückscodes zunächst gesammelt und erst am Ende des Gewinnspiels erfolgt die Gewinnauflösung durch einen Gesamtabgleich der Codes.

## EM-VERLOSUNG

Veranstalten Sie ein Verlosungs-Gewinnspiel zur EM 2020. Wählen Sie ein Motto und verlosen Sie Preise, die eine Verbindung zur EM und zum Fußball herstellen und die Jubellaune zum Turnier anheizen:

- Reisen zu einem Großereignis (Champions League, Europa League)
- Privates Open Viewing
- Ein großes Grillfest mit allen Fußballfreunden
- Profi-Zapfanlage und Freibier
- Einen neuen XXL-TV
- Trikots, Bälle, Fanartikel
- Eintrittskarten für die nächste Bundesliga-Saison
- Meet & Great mit einer bekannten Fußballgröße oder einer Mannschaft

## EM-TRESOR

Die Besucher können online oder am POS ihren persönlichen Glückscodes in einen Tresor eingeben. Öffnet sich dann der Tresor, ist der Preis gewonnen.

Denn stimmt dieser Code mit dem vor der Aktion per Zufall ausgewählten und fest in den Tresor einprogrammierten Gewinncode überein, öffnet sich der Tresor und der Teilnehmer gewinnt den ausgelobten Preis. Der Tresor lässt sich sehr gut mit einem Event am POS verbinden, z. B. eine Neuvorstellung im Autohaus oder eine Aktion im Shopping Center und Möbelhaus.

## EM-GLÜCKS-UMSCHLÄGE

Für Events und am POS: Veranstalten Sie eine EM-Party und bieten Sie als Anreiz ein „Glücksumschlag-Spiel“. Die Teilnehmer ziehen dabei z. B. 5 aus 13 Umschlägen und gewinnen die von Ihnen ausgelobten Preise.

Die Teilnehmer können sich über eine frei vom Kunden definierbare Spielrunde (z.B. Wissensquiz, Würfelspiel, Losverfahren) für ein nachgelagertes Finalspiel qualifizieren.



### Ihr richtiger EM-Tipp gewinnt 12.500€

Die HAPPY Group startet zur Fußball-Euromeisterschaft für Kunden und Freunde des Hauses ein EM-Tipp-Spiel, bei dem man mit dem richtigen Riecher 12.500€ gewinnen kann. Denn wenn Deutschland Euromeister wird und Sie den richtigen Endspielgegner tippen, gewinnen Sie 12.500€ (bei mehreren richtigen Tipps wird der Betrag aufgeteilt). Hier finden Sie die Landingpage: <https://em-tipp.happygroup.de> Dieses Tippspiel können Sie ab sofort auch für Ihre Kunden buchen. Unter Ihrem eigenen Namen und mit Ihrem eigenen Logo.

Sie können sogar bestimmen, welcher Betrag gewonnen und wie die Wette gestaltet werden soll. Danach kalkuliert HAPPY die Vergütung für die Promotion-Absicherung. [HAPPY Secure Promotions](#) übernimmt gegen Zahlung einer einmaligen Vergütung die Auszahlung der Preise im Gewinnfall.

Wir empfehlen, dazu noch ein paar kleinere Gewinne zu budgetieren und unter allen Teilnehmern zu verlosen.

**HAPPY** MARKETING SOLUTIONS + **HAPPY** SECURE PROMOTIONS

**Ihr richtiger EM-Tipp gewinnt**  
**12.500€\***

Wenn Deutschland Europameister wird  
und Sie den richtigen Endspielgegner tippen.

**EM-Finalspiel:**  
Bekanntgabe der/des Gewinner/s am 12. Juli 2020

Deutschland VS ?  
Gegner wählen...

**JETZT TIPP ABGEBEN**



### Die UEFA und ihre weitreichenden Schutzrechte

Die UEFA ist ausschließliche Inhaberin aller Schutz- und Urheberrechte an allen Varianten des Namensbestandteils UEFA mit

- Namen, Logos, Marken, Musik, Plakaten, Medaillen und Trophäen,

die im Zusammenhang mit der EM verwendet werden. Folge dieses Schutzes ist, dass Unternehmen, die mit den geschützten Logos und Markennamen werben wollen, eine Erlaubnis der UEFA benötigen bzw. bei der UEFA hierfür eine Lizenz erwerben müssen.

Neben dem offiziellen Emblem der UEFA EURO 2020 dem offiziellen Maskottchen der UEFA EURO 2020 und dem Pokal der UEFA EURO 2020 genießt auch der Slogan kennzeichenrechtlichen Schutz. Für das Emblem,

das Maskottchen und die Grafiken besteht darüber hinaus ein europäisches Designrecht der UEFA. Außerdem hat die UEFA eine Vielzahl von Einzelbegriffen oder Kombinationen von Begriffen wie z.B. „EURO 2020“ und „UEFA EURO 2020“ europaweit bzw. international markenrechtlich schützen lassen.

Die UEFA hat in einem Guideline-PDF sehr genau definiert, welche Logos und Marken geschützt sind. Dort findet man noch mehr Designarten des Logos.

Quelle: UEFA-Logo-Guideline EURO 2020





## CONTENTS

### 1. BRAND INSPIRATION

### 2. OFFICIAL MARKS

### 3. USAGE PRINCIPLES

2.1 THE LOGO	7	3.1 USAGE PRINCIPLES	19
OFFICIAL MARKS	9	3.2 LEGAL NOTICE	20
PORTRAIT FULL COLOUR VERSION	10	3.3 CLEAR AREA	21
PORTRAIT VERSIONS OVERVIEW	11	3.4 UNAUTHORIZED USAGE	22
LANDSCAPE FULL COLOUR VERSION	13		
LANDSCAPE VERSIONS OVERVIEW	14		
2.2 LOGOTYPE			
VERSIONS OVERVIEW	16		
2.3 WORD MARK			
VERSIONS OVERVIEW	17		

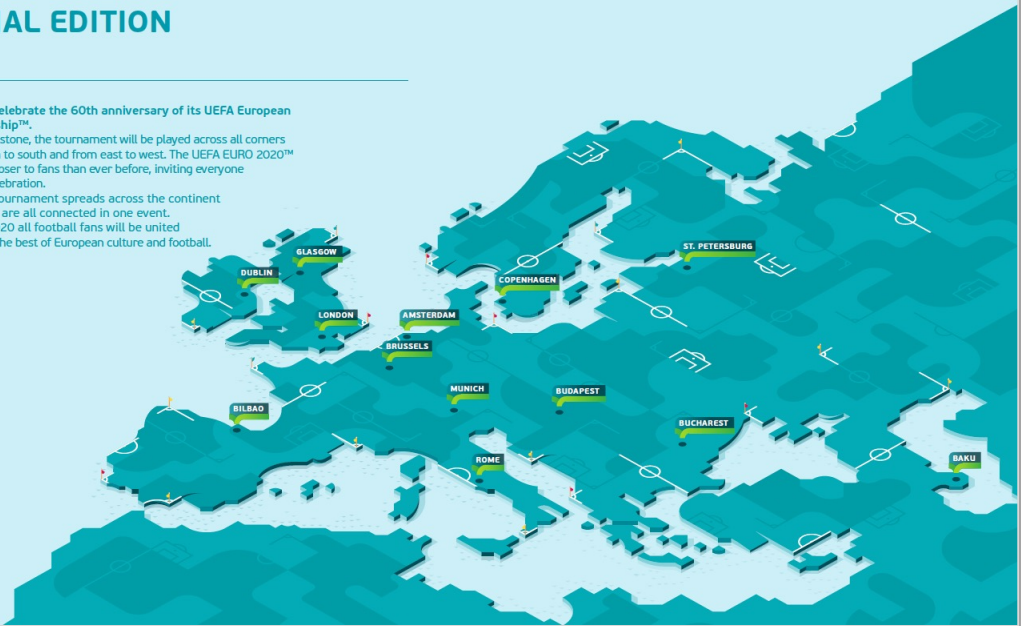
## 1. BRAND INSPIRATION





## A SPECIAL EDITION

In 2020 UEFA will celebrate the 60th anniversary of its UEFA European Football Championship™. To celebrate this milestone, the tournament will be played across all corners of Europe, from north to south and from east to west. The UEFA EURO 2020™ tournament will be closer to fans than ever before, inviting everyone to take part in the celebration. The festivity of the tournament spreads across the continent where 13 host cities are all connected in one event. In the summer of 2020 all football fans will be united in the celebration of the best of European culture and football.



## BRAND INSPIRATION

Connection and unity form the inspiration for the UEFA EURO 2020™ brand. The universal symbol for connection and at the heart of the brand is the bridge.

Bridges can become iconic landmarks that form an important part of the identity of a city. The UEFA EURO 2020™ brand connects the bridges of all 13 host cities through football while celebrating their cultural diversity.

FOOTBALL  
BRIDGING EUROPE







2.1 THE LOGO  
2.2 LOGOTYPE  
2.3 WORD MARK

## 2. OFFICIAL MARKS

### 2.1 THE LOGO

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES

The bridge forms the basis of the UEFA EURO 2020™ Logo. It supports the Henri Delaunay Cup that is at the centre, surrounded by celebrating fans.

**The Fans**

- All who are taking part in the event: together with players, volunteers and many more.

**The Henri Delaunay Cup**

- The prestigious prize for the winners.

**The Bridge**

- The symbol of connection and unity.

7



## 2.1 THE LOGO

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES

The logo consists of four elements:

- Symbol
- UEFA arch
- Legal notice, "TM"
- Event name and year

The UEFA EURO 2020™ Logo should always be reproduced in its complete form, with no modifications to any of the elements or to the spacing between them.



8

## 2.1 THE LOGO

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES

### OFFICIAL MARKS



1. The UEFA EURO 2020™ Logo



2. The Logotype



3. The Word Mark

9



## 2.1 THE LOGO

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES

### PORTRAIT FULL COLOUR VERSION

The portrait competition logo is the preferred version. It is available for dark and light backgrounds.

LIGHT BACKGROUND



DARK BACKGROUND



10

## 2.1 THE LOGO

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES

### PORTRAIT LOGO VERSIONS OVERVIEW

The portrait version in full colour is the preferred version of the official logo. Flat colour versions have been designed for situations where the full colour logo cannot be used.

LIGHT BACKGROUND



FULL COLOUR	7 COLOUR	5 COLOUR	FLAT 1 COLOUR	BLACK
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pantone 3135c</li> <li>● Pantone 427c</li> <li>● Pantone 368c</li> <li>● Pantone 152c</li> <li>● Pantone 130c</li> <li>● Pantone 2573c</li> <li>● Pantone 3115c</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pantone 3135c</li> <li>● Pantone 427c</li> <li>● Pantone 368c</li> <li>● Pantone 152c</li> <li>● Pantone 3115c</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pantone 3135c</li> </ul>	

11



## 2.1 THE LOGO

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES

### PORTRAIT LOGO VERSIONS OVERVIEW

The portrait version in full colour is the preferred version of the official logo. Flat colour versions have been designed for situations where the full colour logo cannot be used.

DARK BACKGROUND

FULL COLOUR	7 COLOUR	5 COLOUR	FLAT 1 COLOUR	WHITE
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pantone 3135c</li> <li>Pantone 427c</li> <li>Pantone 368c</li> <li>Pantone 152c</li> <li>Pantone 130c</li> <li>Pantone 2573c</li> <li>Pantone 3115c</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pantone 3135c</li> <li>Pantone 427c</li> <li>Pantone 368c</li> <li>Pantone 152c</li> <li>Pantone 3115c</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pantone 3115c</li> </ul>	

12

## 2.1 THE LOGO

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES

### LANDSCAPE FULL COLOUR VERSION

LIGHT BACKGROUND



DARK BACKGROUND



13



## 2.1 THE LOGO

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES

### LANDSCAPE LOGO VERSIONS OVERVIEW

Flat colour versions have been designed for situations where the full colour logo cannot be used.

LIGHT BACKGROUND



FULL COLOUR



7 COLOUR

- Pantone 3135c
- Pantone 427c
- Pantone 368c
- Pantone 152c
- Pantone 130c
- Pantone 2573c
- Pantone 3115c

5 COLOUR

- Pantone 3135c
- Pantone 427c
- Pantone 368c
- Pantone 152c
- Pantone 3115c

FLAT 1 COLOUR

- Pantone 3135c

BLACK

14

## 2.1 THE LOGO

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES

### LANDSCAPE LOGO VERSIONS OVERVIEW

Flat colour versions have been designed for situations where the full colour logo cannot be used.

DARK BACKGROUND



FULL COLOUR



7 COLOUR

- Pantone 3135c
- Pantone 427c
- Pantone 368c
- Pantone 152c
- Pantone 130c
- Pantone 2573c
- Pantone 3115c

5 COLOUR

- Pantone 3135c
- Pantone 427c
- Pantone 368c
- Pantone 152c
- Pantone 3115c

FLAT 1 COLOUR

- Pantone 3115c

WHITE

15



## 2.2 LOGOTYPE

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES

### VERSIONS OVERVIEW

A logotype has been developed to be used where space/layouts do not allow the use of the logo.

LIGHT BACKGROUND



FULL COLOUR

FLAT 1 COLOUR

BLACK

● Pantone 3135c

DARK BACKGROUND



FULL COLOUR

FLAT 1 COLOUR

WHITE

● Pantone 3115c

16

## 2.3 WORD MARK

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES

### VERSIONS OVERVIEW

To complement the official logo and visual identity, a word mark has been developed. This can be used in single flat colour.

LIGHT BACKGROUND

UEFA EURO 2020™

UEFA EURO 2020™

UEFA EURO 2020™

FULL COLOUR

FLAT 1 COLOUR

BLACK

● Pantone 3135c

DARK BACKGROUND

UEFA EURO 2020™

UEFA EURO 2020™

UEFA EURO 2020™

FULL COLOUR

FLAT 1 COLOUR

WHITE

● Pantone 3115c

17



- 3.1 USAGE PRINCIPLES
- 3.2 LEGAL NOTICE
- 3.3 CLEAR AREA
- 3.4 UNAUTHORIZED USAGE

## 3. USAGE PRINCIPLES

### 3.1 USAGE PRINCIPLES

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES

#### • FOREWORD

All of the graphic materials presented in these guidelines are protected by national and international copyright, design and/or trade mark laws and conventions. All reproductions, even partial reproductions, and any use of the Official Marks without prior written consent of UEFA are strictly prohibited.

#### • USE OF THE UEFA EURO 2020™ LOGO

These guidelines should always be used by authorised parties who have been granted the necessary rights by UEFA. They outline the graphic principles, colours and graphic arrangements of the Official Marks. It is essential to comply with the instructions contained in these guidelines and to apply them in accordance with the rights granted to the users in their contract. The Legal Notice (as shown in 3.2 below) must always be used for any of the three versions of the Official Marks and on any medium, whether it is printed or stitched.

#### • OFFICIAL LOGO SIZES AND IMAGERY

The logos featured in these guidelines are for illustrative purposes only. Please ensure that in all your actual applications, the correct size of the Official Marks is always used to ensure proper legibility of the legal notice. All images in these guidelines are for reference only. Please refer to the artwork files provided for correct colour saturation and light gradation.

#### • COPYRIGHT OWNERSHIP

© UEFA 2016. The content of these guidelines is the property of UEFA. No Official Marks may be reproduced or transmitted by any process or means without the prior written permission of UEFA. All rights reserved.

#### • APPROVAL PROCEDURES

All proposals for the use of Official Marks need to be submitted for approval in order to maintain consistency and accurate representation.

19



### 3.2 LEGAL NOTICE

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES

The design of the Official Marks is unique and distinctive and is therefore protected.

The ™ symbol on each of the three versions of the Official Marks is an important part of each design and should not be repositioned and/or removed.



20

### 3.3 CLEAR AREA

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES

The width of the "o" in 2020 is the minimum exclusion area that has been created around the UEFA EURO 2020™ logo to ensure visibility and distinctiveness. This area should always be kept free of any graphic elements and/or message. The dimensions of the exclusion area applies to the portrait and landscape versions of the official logo for any kind of background.



Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis nostrud exerci tation ullamcorper suscipit labor vel eum iriure dolor vel illum dolore ovis iusto odio dignissiv dui dolore te feud tuer adipiscing elit, dolore magna aliquo nostrud exerci tation modo consequat. t in vulputate velit es facilisis at vero eros sent luptatum rilji t liber tempor cum sc doming id quod mazim placerat facer possim assum. Lorem ipsum dolor sit amet, consectetur adipiscing elit, sed diam nonummy nibh euismod tincidunt ut laoreet dolore magna aliquam erat volutpat. Ut wisi enim ad minim veniam, quis aliquip ex ea vulputate veli facilisis. Lorem nonummy na volutpat. Ut h corper suscipi vel eum iriure dolor in hendrerit in vulputate velit esse molestie consequat vel illum dolore eu feugiat nulla facilisis. Ramen vero eros et accumsan e!



21





### 3.4 UNAUTHORIZED USAGE

UEFA EURO 2020™ LOGO GUIDELINES



Do not move any elements within the symbol or logotype.



Do not change the colours.



Do not crop the symbol.



Do not flip the logo



Avoid complex backgrounds.



Do not use the logo without the Trademark.



Do not distort the logo.



Do not try to recreate the symbol or the logotype

22



UEFA  
ROUITE DE GENÈVE 46  
CH-1260 NIVON 2  
SWITZERLAND  
TELEPHONE: +41 848 00 27 27  
TELEFAX: +41 848 03 27 27  
UEFA.com UEFA.org

WE CARE ABOUT FOOTBALL

Quelle: UEFA-Logo-Guideline EURO 2020



**Gesetz über den Schutz von Marken und sonstigen  
Kennzeichen (Markengesetz - MarkenG)  
§ 14 Ausschließliches Recht des Inhabers einer  
Marke, Unterlassungsanspruch,  
Schadensersatzanspruch**

(1) Der Erwerb des Markenschutzes nach § 4 gewährt dem Inhaber der Marke ein ausschließliches Recht.

(2) Dritten ist es untersagt, ohne Zustimmung des Inhabers der Marke im geschäftlichen Verkehr in Bezug auf Waren oder Dienstleistungen ein mit der Marke identisches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen, die mit denjenigen identisch sind, für die sie Schutz genießt, ein Zeichen zu benutzen, wenn das Zeichen mit einer Marke identisch oder ihr ähnlich ist und für Waren oder Dienstleistungen benutzt wird, die mit denjenigen identisch oder ihnen ähnlich sind, die von der Marke erfasst werden, und für das Publikum die Gefahr einer Verwechslung besteht, die die Gefahr einschließt, dass das Zeichen mit der Marke gedanklich in Verbindung gebracht wird, oder ein mit der Marke identisches Zeichen oder ein ähnliches Zeichen für Waren oder Dienstleistungen zu benutzen, wenn es sich bei der Marke um eine im Inland bekannte Marke handelt und die Benutzung des Zeichens die Unterscheidungskraft oder die Wertschätzung der bekannten Marke ohne rechtfertigenden Grund in unlauterer Weise ausnutzt oder beeinträchtigt. Waren und Dienstleistungen werden nicht schon deswegen als ähnlich angesehen, weil sie in derselben Klasse gemäß dem in der Nizza-Klassifikation festgelegten Klassifikationssystem erscheinen. Waren und Dienstleistungen werden nicht schon deswegen als unähnlich angesehen, weil sie in verschiedenen Klassen der Nizza-Klassifikation erscheinen.

(3) Sind die Voraussetzungen des Absatzes 2 erfüllt, so ist es insbesondere untersagt, das Zeichen auf Waren oder ihrer Aufmachung oder Verpackung anzubringen, unter dem Zeichen Waren anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder zu den genannten Zwecken zu besitzen, unter dem Zeichen Dienstleistungen anzubieten oder zu erbringen, unter dem Zeichen Waren einzuführen oder auszuführen, das Zeichen als Handelsnamen oder geschäftliche Bezeichnung oder als Teil eines Handelsnamens oder einer geschäftlichen Bezeichnung zu benutzen, das Zeichen in Geschäftspapieren oder in der Werbung zu benutzen, das Zeichen in der vergleichenden Werbung in einer der Richtlinie 2006/114/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über irreführende und vergleichende Werbung (ABl. L 376 vom 27.12.2006, S. 21) zuwiderlaufenden Weise zu benutzen.

(4) Dritten ist es ferner untersagt, ohne Zustimmung des Inhabers der Marke im geschäftlichen Verkehr ein mit der Marke identisches Zeichen oder ein ähnliches Zeichen auf Aufmachungen oder Verpackungen oder auf Kennzeichnungsmitteln wie Etiketten, Anhängern, Aufnähern oder dergleichen anzubringen, Aufmachungen, Verpackungen oder Kennzeichnungsmittel, die mit einem mit der Marke identischen Zeichen oder einem ähnlichen Zeichen versehen sind, anzubieten, in den Verkehr zu bringen oder zu den genannten Zwecken zu besitzen oder Aufmachungen, Verpackungen oder Kennzeichnungsmittel, die mit einem mit der Marke identischen Zeichen oder einem ähnlichen Zeichen versehen sind, einzuführen oder auszuführen, wenn die Gefahr besteht, dass die Aufmachungen oder Verpackungen zur Aufmachung oder Verpackung oder die Kennzeichnungsmittel zur Kennzeichnung von Waren oder Dienstleistungen benutzt werden, hinsichtlich deren Dritten die Benutzung des Zeichens nach den Absätzen 2 und 3 untersagt wäre.

(5) Wer ein Zeichen entgegen den Absätzen 2 bis 4 benutzt, kann von dem Inhaber der Marke bei Wiederholungsgefahr auf Unterlassung in Anspruch genommen werden. Der Anspruch besteht auch dann, wenn eine Zuwiderhandlung erstmalig droht.

(6) Wer die Verletzungshandlung vorsätzlich oder fahrlässig begeht, ist dem Inhaber der Marke zum Ersatz des durch die Verletzungshandlung entstandenen Schadens verpflichtet. Bei der Bemessung des Schadensersatzes kann auch der Gewinn, den der Verletzer durch die Verletzung des Rechts erzielt hat, berücksichtigt werden. Der Schadensersatzanspruch kann auch auf der Grundlage des Betrages berechnet werden, den der Verletzer als angemessene Vergütung hätte entrichten müssen, wenn er die Erlaubnis zur Nutzung der Marke eingeholt hätte.

(7) Wird die Verletzungshandlung in einem geschäftlichen Betrieb von einem Angestellten oder Beauftragten begangen, so kann der Unterlassungsanspruch und, soweit der Angestellte oder Beauftragte vorsätzlich oder fahrlässig gehandelt hat, der Schadensersatzanspruch auch gegen den Inhaber des Betriebs geltend gemacht werden.



---

## IN EIGENER SACHE

Überzeugende Absicherungs-Kompetenz verbunden mit einzigartiger Lösungs- Kompetenz für Ihre Promotions und Gewinnspiele. Dies ist Gründungsgedanke und Leitmotiv zugleich der HAPPY Group. Mit der Erfahrung aus über 1.500 abgesicherten Promotions und über 250 organisierten Gewinnspiel-Projekten mit Full Service ist HAPPY der kompetente Sparringspartner für Agenturen und Vermittler. Und für werbetreibende Unternehmen aus allen Branchen.

Vom Gründer, über den Mittelstand (KMU) bis hin zum Großunternehmen unterstützen wir Firmen jeder Größe. HAPPY versteht sich dabei als der Anbieter mit der höchsten Beratungskompetenz im deutschsprachigen Raum. Das Engagement endet nicht mit dem Vertragsschluss eines Gewinnspiels oder einer Promotion-Absicherung, sondern erst mit dem erfolgreichen Abschluss Ihrer Aktion!

---

## IMPRESSUM



**HAPPY Marketing Solutions AG**  
Hauptstr 45 | 63303 Dreieich

Telefon: 0 61 03 / 20 53 800 |  
E-Mail: [kontakt@happysolutions.de](mailto:kontakt@happysolutions.de)  
Web: <https://happysolutions.de> |  
Blog: <https://gewinnspiel-wissen.de>



**HAPPY Secure Promotions GmbH**  
Hauptstr 45 | 63303 Dreieich

Telefon: 0 61 03 / 20 53 666 |  
E-Mail: [kontakt@securepromotions.de](mailto:kontakt@securepromotions.de)  
Web: <https://securepromotions.de> |  
Blog: <https://promotion-absichern.de>

