



# REGLEMENT FOR ISHOCKEY OG NÆRINGS LIV

Sist revidert av Forbundsstyret – 12. juli 2021

## § 1 Virkeområde

Dette reglement tar utgangspunkt i NIFs lov kap. 13 og ishockeyens spilleregler. Reglementet gjelder alle organisasjonsledd og all aktivitet organisert under Norges Ishockeyforbund. Ved deltakelse i internasjonale kamper er en forpliktet til å iakttatte eventuelle strengere bestemmelser fastsatt av kompetent myndighet.

## § 2 Formål

Formålet med reglementet er å regulere forholdet mellom norsk ishockey og næringslivet, samt å regulere forholdet mellom Norges Ishockeyforbunds og underordnede organisasjonsledds samarbeid med næringslivet.

Som avtalepartner skal idretten ta vare på sin frie stilling. Ingen avtaler kan inneholde bestemmelser som bryter med norsk idretts etiske grunnlag, eller som er egnet til å skade idrettens anseelse. En henvisning til idrettens regelverk skal inntas i alle avtaler, og det skal fremkomme av avtalene at de i tilfelle motstrid skal fortolkes i samsvar med idrettens regelverk. Organisasjonsledd plikter å gjøre avtalemotpart oppmerksom på idrettens regelverk.

## § 3 Hvem som kan inngå avtaler. Regelverk for avtaler

Det er ikke tillatt med noen form for reklame på spillerdrakter, utstyr, isflate eller vantet (inkludert publikumsbeskyttelsen) med mindre det foreligger skriftlig godkjenning fra Norges Ishockeyforbund.

Enkeltmedlemmer kan som medlemmer av organisasjonen ikke inngå avtaler med næringslivet.

Avtaler kan bare inngås av følgende organisasjonsledd:

- Hovedorganisasjonen (NIHF) v/forbundsstyret eller den de bemyndiger.
- Idrettslaget v/hovedstyret.

## § 4 Idrettens forpliktelser overfor næringslivet

Den som inngår samarbeidsavtale, står ansvarlig for alle forpliktelser; herunder økonomiske som avtalen pålegger og disse må innfris. I avtaler som forutsetter at utøverne medvirker, må det gjøres oppmerksom på vedkommendes rett til å ta forbehold, jfr. § 5.

Alle avtaler skal inneholde en bestemmelse om at sponsorstøtten til en utøver som omfattes av avtalen faller bort dersom denne blir dømt i Norge for bruk av doping.

## **§ 5 Utøverens forbeholdsrett**

Utøver kan ta forbehold om ikke å bli benyttet i markedsføring dersom slik medvirkning vil stride mot utøvers etiske eller moralske overbevisning. Dersom det oppstår tvil om utøverens overbevisning oppfylder kravene i første punktum, avgjøres dette av idrettsstyret.

## **§ 6 Valgbarhet. Inhabilitet**

Sponsorer og sponsoransvarlige er som medlemmer valgbare til tillitsverv. Om inhabilitet gjelder reglene i NIHFs Lov § 8.

## **§ 7 Reklamens utforming m.v.**

Det må vises varsomhet med reklamens omfang, slik at den ikke virker forstyrrende eller skjemmende. Firma/produkt navn må ikke brukes i navnet til offisielle norgesmesterskapskonkurranser.

Ingen reklame kan være av materiell eller utforming som medfører fare for at tilskuere, utøvere eller utøveres utstyr kan skades.

1. Områdespesifisering inkludert tegning for spillere og dommer utgår.

Klubb velger selv felles plasseringen av navn på spillernes rygg:

Alt 1. – oppe over tallet (over skuldre) eller

Alt 2. – under tallet (nederst på rygg/baken).

Stropp påsydd på innsiden av drakt («fighting strap»)

Når det gjelder reklame på drakt i en og samme kamp må reklamen være ens på samtlige av lagets drakter.

2. Norges Ishockeyforbund har reklamerettighetene for alle dommere.

3. For arenareklame gjelder følgende;

- For TV-sendte kamper må arenareklamen tilpasses kravene i avtalen mellom Norges Ishockeyforbund og TV-selskapet.

- På vantet skal avstanden fra reklamen til linjemarkeringen være minst 30 cm. Grunnfargen mellom to reklamefelt og inntil linjemarkeringen skal være hvit.
- På isen skal det være et klart fargeskilte mellom selve reklamen og den linje eller dropp punkt som reklamen støter imot.  
Alle linjer og dropp-punkt skal være heltrukket dvs. at ingen reklame kan bryte en linje som markerer banen i henhold til gjeldende spilleregler. Det bør være et skille på 10 cm. med hvit maling eller naturlig isfarge mellom en reklame og linjer som markerer banen (spesielt på redline og blueline).
- Ingen gjenstander eller reklame skal plasseres slik at belysning eller publikums sikt svekkes. Minimum fri høyde over isflaten er 5.5 meter.

Refererer til følgende punkter i NIHFs spilleregler:

Seksjon 2 – Banen, første avsnitt.

Seksjon 2 – Banen, regel 12 – Banens størrelse.

Seksjon 2 – Banen, regel 20 – Målburet.

Inndeling av banen, se Seksjon 2– Banen.

4. Logo for ligasponsor på spillerdrakt. Badge-logo for ligasponsor Fjordkraft skal ha lik plassering for alle lag i Fjordkraft-ligaen. Plassering på nye drakter kommende sesong skal være øverst på overarm/skulder. Draktnummer og annen reklame plasseres under dette område med tilstrekkelig avstand.

## § 8 Poolavtaler

Dersom Norges Ishockeyforbund etablerer pool og i den forbindelse inngår "poolavtaler" må det opprettes et eget regelverk for slike avtaler. Regelverket må bygge på prinsippene i NIFs regler om forholdet til næringslivet og må i tillegg inneholde bestemmelse om:

- a) at det oppnevnes et tilsynsråd for poolen bestående av representanter for forbundet, kretsen, produsent/leverandør og utøvere
- b) at alle økonomiske oppgjør skal skje mellom forbundet/kretsen og den enkelte produsent/leverandør.
- c) at skattedirektoratets bestemmelser for stipend benyttes i de tilfeller utøverne får disponere poolinntekter.

Regelverket omtalt i første ledd sendes NIF til orientering.

## § 9 Andre samarbeidsavtaler

Viser til bestemmelsene i kapittel [13 i NIFs lov](#). Se i tillegg klubblicensreglement § 8. Avtaler mellom klubb og selskap eller person om kommersielt og/eller administrativt samarbeid må godkjennes av forbundsstyret.

Ved inngåelse av samarbeidsavtaler om bingo/lotteri, messe/utstillingsarrangementer, trykksakproduksjon m.v., må idretten, eventuelt sammen med næringslivets

representant, alltid stå som ansvarlig arrangør av den aktuelle aktivitet. Ingen samarbeidsavtale kan gi den tekniske arrangør rett til utad å opptre på idrettens vegne.

Den som inngår avtale som nevnt i andre ledd må ha fullstendig og løpende adgang til alle regnskap og kontroll med alle forretningsmessige aktiviteter som avtalen forutsetter gjennomført.

#### **§ 10 Idrettsstyrets kontroll**

Finner idrettsstyret at en avtale som gjelder forholdet mellom idretten og næringslivet har stor prinsipiell betydning, kan det selv ta opp avtalen eller kreve den oversendt til behandling/ overprøving.

#### **§ 11 Overtredelse**

Overtredelser av dette reglement kan, med øyeblikkelig virkning, medføre at forbundet trekker tilbake vedkommende ledds tillatelse til å ha reklame på drakt eller arena. Sanksjoner eller straff i henhold til Norges Ishockeyforbunds lovverk er andre aktuelle reaksjonsmåter.

**§ 12** Endring av dette reglementet kan foretas av Forbundsstyret.

**§ 13** Digital reklame er tillatt på ishockey arena på følgende områdespesifisering:

1. Led-reklame:

- Tribune kortside
- Tribune langside
- Skjermer inngangsparti
- Led-sirkel
- Vrimleområde

2. Digital reklame i vant og plexi-glass trenger godkjenning fra NIHF.

**§ 14** Digital reklame på mediakube er tillatt, men hensyntatt arrangement-bestemmelser.