

Matrix Richtlinien «Kommunikation und Werbung mit olympischen Themen» (nicht abschliessend; für weitere Details bitte gleichnamige Broschüre beachten)

		Direkter Bezug auf das IOC und die olympischen Ringe	Hinweise auf Olympische Spiele und Swiss Olympic Team	Olympia-Wettbewerbe und Promotionen: z.B. Gewinn von Tickets Olympische Spiele	Verwendung von Fotos/Bilder der Olympischen Spiele (ggf. ok von Athlet / Mgt)	Umsetzungen mit Olympia-Teilnehmenden während der Sperrfrist (braucht IMMER ok von Athlet / Mgt)	Good-Luck- und Gratulationsinserate (braucht IMMER ok von Athlet / Mgt)	Referenz/allgemeine Hinweise auf Swiss Olympic	Logo von OS
Olympische Sponsoren	TOP Partner IOC (Sponsoren)	Ja, mit Ausweisung "Partner von IOC / Swiss Olympic"	Ja, mit Ausweisung "Partner von IOC / Swiss Olympic"	Ja, mit Ausweisung "Partner von IOC / Swiss Olympic"	Ja, mit Ausweisung "Partner von IOC / Swiss Olympic"	Ja, mit Ausweisung "Partner von IOC / Swiss Olympic"	Jederzeit möglich, mit Ausweisung "Partner von IOC / Swiss Olympic"	Ja, mit Ausweisung "Partner von IOC / Swiss Olympic"	Ja
	Partner von Swiss Olympic (Sponsoren)	Im Einzelfall zu klären und nur mit Ausweisung "Partner von Swiss Olympic"	Ja, mit Ausweisung "Partner von Swiss Olympic"	Ja, mit Ausweisung "Partner von Swiss Olympic"; Absprache mit Globetrotter	Ja, mit Ausweisung "Partner von Swiss Olympic"	Ja, mit Ausweisung "Partner von Swiss Olympic"	Jederzeit möglich, mit Ausweisung "Partner von Swiss Olympic"	Ja, mit Ausweisung "Partner von Swiss Olympic"	Nein
Vereine und Verbände	Verbände	Im Sinne einer Berichterstattung & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren	Im Sinne einer Berichterstattung & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren	Im Einzelfall zu klären & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren	Im Sinne einer Berichterstattung & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren	Im Sinne einer Berichterstattung & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren	Ja, ohne nicht-olympische Sponsoren	Ja, mit Ausweisung "Member von Swiss Olympic", gemäss Anwendungsmanual	Nein
	Vereine / Clubs	Im Sinne einer Berichterstattung & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren	Im Sinne einer Berichterstattung & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren	Im Einzelfall zu klären & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren	Im Sinne einer Berichterstattung & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren	Im Sinne einer Berichterstattung & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren	Ja, ohne nicht-olympische Sponsoren	Nein	Nein
	Verbandssponsoren	Nein	Nein	Nein	Nein	Nur, solange KEIN Bezug zu Olympia besteht. Die Werbung muss zudem bereits seit längerer Zeit (mind. 3 Monate) laufen (-> nicht extra für Spiele initiiert)	Ja, ohne geschützte Bild- und Wortmarken und nur ausserhalb der Sperrfrist	Nein	Nein
	Vereinssponsoren	Nein	Nein	Nein	Nein	Nur, solange KEIN Bezug zu Olympia besteht. Die Werbung muss zudem bereits seit längerer Zeit (mind. 3 Monate) laufen (-> nicht extra für Spiele initiiert)	Ja, ohne geschützte Bild- und Wortmarken und nur ausserhalb der Sperrfrist	Nein	Nein
Athleten und Teams	Athleten/Teams	Im Sinne einer Berichterstattung & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren	Im Sinne einer Berichterstattung & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren	Nein	Im Sinne einer Berichterstattung & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren		Autogrammarten: ohne persönliche nicht-olympia Sponsoren	Im Sinne einer Berichterstattung & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren	Nein
	Ausrüster der Athleten/Teams	Nein	Nein	Nein	Nein	Nur, solange KEIN Bezug zu Olympia besteht. Die Werbung muss zudem bereits seit längerer Zeit (mind. 3 Monate) laufen (-> nicht extra für Spiele initiiert)	Ja, ohne geschützte Bild- und Wortmarken und nur ausserhalb der Sperrfrist	Nein	Nein
	Persönliche Sponsoren Athleten/Teams	Nein	Nein	Nein	Nein	Nur, solange KEIN Bezug zu Olympia besteht. Die Werbung muss zudem bereits seit längerer Zeit (mind. 3 Monate) laufen (-> nicht extra für Spiele initiiert)	Ja, ohne geschützte Bild- und Wortmarken und nur ausserhalb der Sperrfrist	Nein	Nein
Medien	Medien	Nur zum Zweck der Berichterstattung, keine Integration kommerzieller Unternehmen	Nur zum Zweck der Berichterstattung, keine Integration kommerzieller Unternehmen	Nein, allenfalls im Einzelfall zu klären	Nur zum Zweck der Berichterstattung, keine Integration kommerzieller Unternehmen	Nur zum Zweck der Berichterstattung, keine Integration kommerzieller Unternehmen	Nur zum Zweck der Berichterstattung, keine Integration kommerzieller Unternehmen	Nur zum Zweck der Berichterstattung, keine Integration kommerzieller Unternehmen	Nur zum Zweck der Berichterstattung, keine Integration kommerzieller Unternehmen
Sonstige	Gemeinden	Ja, ohne Integration von kommerziell orientierten Unternehmen	Ja, ohne Integration von kommerziell orientierten Unternehmen	Im Einzelfall zu klären & ohne Integration von nicht-olympischen Sponsoren	Ja, ohne Integration von kommerziell orientierten Unternehmen	Ja, ohne Integration von kommerziell orientierten Unternehmen	Ja, ohne Integration von kommerziell orientierten Unternehmen	Ja, ohne Integration von kommerziell orientierten Unternehmen	Nein
	Kommerziell orientierte Unternehmen, keine Sponsoren vom IOC oder von Swiss Olympic	Nein	Nein	Nein	Nein	Nur, solange KEIN Bezug zu Olympia besteht. Die Werbung muss zudem bereits seit längerer Zeit (3 Monate) laufen (-> nicht extra für Spiele initiiert)	Ja, ohne geschützte Bild- und Wortmarken und nur ausserhalb der Sperrfrist	Nur, sofern entsprechendes Label vergeben wurde: Swiss Olympic Sport School, Swiss Olympic Partner School, Leistungssportfreundliche Lehrbetriebe/Arbeitgeber, Swiss Olympic Medical Center oder Sport Medical Base approved by Swiss Olympic	Nein

Spezifische Richtlinien vor Ort an den Olympischen Spielen

		Aufnahmen von Fotos/Bilder innerhalb und ausserhalb der olympischen Zonen*	Aufnahmen von Video- und Tonaufnahmen innerhalb und ausserhalb der olympischen Zonen*	Verwendung/Posten von Fotos/Bildern von innerhalb und ausserhalb der olympischen Zonen*	Verwenden/Posten von Video- und Tonaufnahmen von innerhalb der olympischen Zonen*	Verwenden/Posten von Video- und Tonaufnahmen von ausserhalb der olympischen Zonen*
Athleten und Teams	Athleten/Teams	Ja, aber ohne professionelle Ausrüstung für Aufnahmen	Ja, aber ohne professionelle Ausrüstung für Aufnahmen	Ja, aber nur für persönliche (z.B. eigene Social Media-Accounts), nicht-kommerzielle Verwendung und sofern keine Persönlichkeitsrechte verletzt werden. Keine Nennung/Integration der Sponsoren.	Grundsätzlich nicht erlaubt. In spezifischen Ausnahmen ist es möglich, Video- und Tonaufnahmen für die persönliche (z.B. eigene Social Media-Accounts), nicht-kommerzielle Verwendung zu posten. Die Ausnahmen sind: Video- und Tonaufnahmen im "Olympic Village", resp. "Event Village", rund um das "House of Switzerland", sowie Aufnahmen aus Sicht des einlaufenden Athleten bei der Eröffnung und der Schlusszeremonie. Keine Nennung/Integration der Sponsoren.	Ja, aber nur für persönliche (z.B. eigene Social Media-Accounts), nicht-kommerzielle Verwendung und sofern keine Persönlichkeitsrechte verletzt werden. Keine Nennung/Integration der Sponsoren.
Medien	Medien	Nur zum Zweck der Berichterstattung, keine Integration kommerzieller Unternehmen	Nur zum Zweck der Berichterstattung, keine Integration kommerzieller Unternehmen	Nur zum Zweck der Berichterstattung, keine Integration kommerzieller Unternehmen	Nur zum Zweck der Berichterstattung, keine Integration kommerzieller Unternehmen	Nur zum Zweck der Berichterstattung, keine Integration kommerzieller Unternehmen

\* Wettkampfstätte (auch Streckenabschnitte), Trainings-/Übungsstätte, Stadien, Medals Plaza, Olympic Village/Event Village, Athleten-Zone, Coaching-Zone