

Lister Damm 2 | 30163 Hannover

Telefon (0511) 26 27 77-26 | Telefax (0511) 26 27 77-77

rechtsanwaelte-scholz.de | kontakt@rechtsanwaelte-scholz.de

Rechtsanwälte **Scholz**

---

## **JÜRGEN SCHOLZ SETZT SICH IM PROZESS UM DIE HOSENWERBUNG DURCH.**

Presseauszüge

## Jetzt kommt auch noch die Popo-Werbung 30 Mio mehr pro Jahr wären für die Liga drin

---

Quelle: bild.de / Winfried Leinweber und Gregor Ruhmüller

Laufen die Bundesliga-Stars bald rum wie Litfaß-Säulen auf zwei Beinen?

Die Popo-Werbung kommt! Ab sofort dürfen Amateur-Kicker in Niedersachsen Werbung auf den Sporthosen tragen. Und bald auch in ganz Deutschland...



Foto: Kaletta  
Mike Hanke mit Fotomontage



Arminia  
wirbt schon

So wie in der BILD-Fotomontage könnte bald die Hose von Mike Hanke mit 96-Sponsor TUIfly aussehen.

2003 startete Arminia Hannover (5. Liga) mit dem Unterwäsche-Label „Kanzlerstadt“ auf der Hose. Gegen das Verbot des Niedersächsischen Fußballverbandes (NFV) klagte Arminia-Boss Jürgen Scholz durch vier Instanzen, zuletzt beim Landgericht. Das erlaubte Hosenwerbung – und diesmal legte der NFV in Absprache mit dem DFB keine Berufung ein.

NFV-Justitiar Walter Burkhard:  
„Das ist der Durchbruch für die Hosenwerbung in Deutschland.“

## Jürgen Scholz, Arminia-Präsident und Anwalt, boxte die Hosenwerbung vor Gericht durch



Was sagt die DFL? Sprecher Christian Pfennig: „Für Profiklubs gilt nach wie vor die Spielkleidungs-Richtlinie des Ligaverbandes, die Hosen-Werbung untersagt.“

Das kann sich aber schnell ändern. Duisburgs Boss Walter Hellmich: „Wenn mir einer ein paar Millionen für den Arsch gibt, nehmen wir das sicher mit.“

96-Chef Martin Kind: „Ich begrüße das Urteil. Für die nächsten vier Jahre sind wir durch unseren Vertrag mit Trikotsponsor TUI gebunden. Aber wenn der ausläuft, werden wir über einen Werbepartner auf der Hose nachdenken.“

Nürnbergers Manager Martin Bader ist dagegen: „Österreichische Verhältnisse oder auch Werbung wie im Eishockey sollte bei uns nicht Einzug finden.“

Was bringt Popo-Werbung? „Ein Drittel der Einnahmen durch Trikotwerbung“, so Kläger Scholz. In der Bundesliga wären das bei rd. 95 Mio. Euro Einnahmen durch Trikotsponsoring über 30 Mio. pro Saison mehr.

Gibt es bald auch Stutzen-Werbung? Die ist noch verboten. Aber vielleicht klagt ja bald einer dagegen...

## 30 Millionen Euro pro Jahr Kommt bald die Popo-Werbung?

---

Quelle: [rp-online.de](http://rp-online.de) / Düsseldorf (RPO)

Im Handball und beim Eishockey ist Werbung auf dem Popo bereits Gang und Gäbe, nun bahnt sich dies auch im Profi-Fußball an. In Niedersachsen dürfen Amateur-Spieler bereits Werbung auf der Rückseite der Hosen tragen.

Fünftligist Arminia Hannover startete 2003 Popo-Werbung mit dem Unterwäsche-Label „Kanzlerstadt“. Der Niedersächsische Fußballverband (NFV) sprach ein Verbot für diese Form von Werbung aus. Arminia-Boss Hürgen Scholz legte Einspruch ein, schließlich erlaubte das Landgericht die Hosenwerbung.

„Das ist der Durchbruch für die Hosenwerbung in Deutschland“, erklärte NFV-Justiziar Walter Burkhard in der „Bild“-Zeitung. Christian Pfenning von der Deutschen Fußball Liga (DFL) aber rudert zurück: „Für Profi-Klubs gilt nach wie vor die Spielbekleidungs-Richtlinie des Ligaverbandes, die Hosen-Werbung untersagt.“

Die Verantwortlichen der Bundesligisten würden die Hosenwerbung unterdessen mit Kusshand annehmen. „Wenn mir einer ein paar Millionen

für den Arsch gibt, nehmen wir das sicher mit“, erklärte Walter Hellmich, Präsident des MSV Duisburg.

Martin Kind bläst in das selbe Horn. „Ich begrüße das Urteil. Für die nächsten vier Jahre sind wir durch unseren Vertrag mit Trikotsponsor TUI gebunden. Aber wenn der ausläuft, werden wir über einen Werbepartner auf der Hose nachdenken“, so der Boss des Bundesligisten Hannover 96.

Doch was können die Vereine mit Werbung auf der Hose eigentlich verdienen? „Ein Drittel der Einnahmen durch Trikotwerbung“, erklärt Scholz. Den Bundesligisten winken bei Trikoteinnahmen von rund 95 Millionen Euro 30 Millionen Mehreinnahmen durch Werbung auf der Hose.

## Fußball: Deutsche Po-Werbung vor Gericht Zivilgericht entscheidet im Streit um Werbeflächen auf dem Allerwertesten

Quelle: [presstext.at / Hannover](http://presstext.at/Hannover) (pte/31.05.2005/14:54)



In Deutschland entscheidet das Gericht über künftige Werbung auf den Hintern von Fußballspielern. Die führenden Köpfe der deutschen Fußballnation sind sich nicht einig, ob diese Werbeform erlaubt ist oder nicht. Die auf Tradition bedachten Fußball-Funktionäre halten diese Form des Sponsorings für geschmacklos, berichtet Sportgate.de <http://www.sportgate.de>. Der Klubchef von Hannover, Jürgen Scholz, meint hingegen, dass in wenigen Jahren die ganze Bundesliga mit Hosenwerbung herumlaufen wird. Der Arminia-Präsident beruft sich auf eine Freigabe der Hosenwerbung durch den Weltverband FIFA.

In Ländern wie Österreich und Frankreich ist Werbung auf dem Hintern bereits lange üblich und bei Handball, Eishockey und Beachvolleyball kann auch in Deutschland auf dem Gesäß der Spieler geworben werden. Die Sittenwächter des Deutschen Fußball-Bundes (DFB) sind hier jedoch anderer Meinung. DFB-Mediendirektor Harald Stenger verweist auf die offiziellen DFB-Richtlinien. Diese besagen, dass ausschließlich die Vorderseite der Trikots und ein Ärmel im Oberarmbereich als Werbefläche zur Verfügung stehen.

Auch der Rekordmeister Bayern München gibt dem DFB Schützenhilfe. Für den FC Bayern kommt laut Vorstandsvorsitzenden Karl-Heinz Rummenigge Hosenwerbung nicht in Frage, da die Spieler nicht als Litfasssäulen herumlaufen wollen. Irgendwo gäbe es eben Grenzen.

Entzündet hat sich der Streit um die Reklame auf den Fußball-Shorts im Herbst 2003. Damals war Scholz auf die Idee gekommen, sein Team mit Po-Werbung auflaufen zu lassen und somit auch eine neue Geldquelle erschließen zu können. Auf dem Hintern der Arminia-Spieler war dann „Kanzlerstadt“ (Bild) zu lesen, der Name einer lokalpatriotisch angehauchten Unterwäsche-Kollektion eines Hannoveraner Modehauses.

Der Niedersächsische Fußballverband (NFV) wehrte sich gegen diese Werbung und untersagte dem Verein die Aktion „Co-Sponsor als Po-Sponsor“. Der DFB zog mit. Nun soll ein Zivilgericht in dieser Streitfrage eine Lösung finden. Die Arminia hat seit der Einreichung der Klage auf die umstrittene Po-Werbung verzichtet.

## **Vereine dürfen Hosen ihrer Spieler mit Werbung bedrucken Klage des hannoverschen Vereins SV Arminia**

---

Quelle: [welt.de](#)

++++ Vereine dürfen nach einem Urteil des Landgerichts Hannover auch die Hosen ihrer Spieler mit Werbung bedrucken. Nach Angaben des Niedersächsischen Fußball-Verbandes (NFV) gab das Gericht einer Klage des hannoverschen Vereins SV Arminia statt und entschied, dass ein generelles Verbot der Hosenwerbung unzulässig in das Recht des Vereins auf wirtschaftliche Betätigung eingreift. Man wolle zunächst das schriftlichen Urteil abwarten und dann über eine Berufung entscheiden, sagte ein NFV-Sprecher am Mittwoch in Hannover. Der Präsident von Arminia Hannover, Jürgen Scholz, sagte, gegen das Verbot der Hosenwerbung habe man zunächst vergeblich durch alle sportgerichtlichen Instanzen geklagt. Ende 2005 habe das Landgericht Frankfurt eine Klage gegen den DFB mit der Begründung abgewiesen, für das Verbot in Niedersachsen sei der Fußballverband des Landes zuständig. Daraufhin habe man beim Landgericht Hannover gegen den NFV geklagt und Recht bekommen.  
++++

## **Blanke Hose bald nur noch bei den Profis**

### **Die niedersächsischen Amateur-Fußballer dürfen jetzt dank Arminia Hannover auf der Hose werben**

---

Quelle: [newsclick.de](http://newsclick.de) / Reiner Albring

HANNOVER. Eintracht Braunschweig war vor 35 Jahren der erste Fußball-Bundesligist, der mit Trikotwerbung auflief. Damit sorgte der Traditionsverein für eine neue Einnahmequelle. Mehr als 100 Millionen Euro setzen die Profi-Vereine mittlerweile jährlich um.

In Sachen Werbung kommt nun erneut eine kleine Revolution – für die Amateur-Teams – aus Niedersachsen. Arminia Hannover hat erfolgreich gegen das Verbot der Hosenwerbung geklagt.

Der Präsident des finanziell nicht auf Rosen gebetteten Niedersachsenligisten, Jürgen Scholz, gilt als pfiffiger Jurist und zog vor Gericht. „Das war dringend notwendig. Es geht nicht, dass eigene Wertvorstellungen und keine sachlichen Gründe den Wettbewerb auf unzulässige Weise einschränkt. Daran ist das Verbot gescheitert.“ Der Deutsche Fußball-Bund (DFB) hatte stets ästhetische Gründe für die werbefreie Hose angeführt.

#### **„Der NFV muss das Urteil in die Satzung einarbeiten“**

Bei dem seit 2003 dauernden Kampf habe sich der Niedersächsische Fußball-Verband (NFV) laut Scholz als fairer und sachlicher Partner erwiesen. Der DFB habe sich aber in teils selbstherrlicher Weise als bremsende Kraft erwiesen. Der NFV legte gegen das Urteil in Absprache mit dem DFB, keine Berufung ein.

NFV-Sprecher Reiner Kramer: „In unseren Gremien muss das Urteil nun beraten und dann in die Satzung eingebunden werden. Der NFV ist ein ehrenamtliches Gebilde, das wird dauern.“

Er geht ebenso wie der Arminen-Präsident davon aus, dass die Amateur-Fußballer in Niedersachsen in der nächsten Saison problemlos auf der Hose werben dürfen. „Im Profibereich werden wir keine Hosenwerbung sehen“, betonte Kramer. Ob der Sponsor nun hinten oder vorne, ob großflächig oder lieber etwas kleiner Platz findet, müsse noch beschlossen werden.

Einige Vereine, auch aus anderen Bundesländern, haben sich bereits bei Scholz informiert. Sie wollen und werden von Arminias Hartnäckigkeit profitieren, denn für die Landesverbände dürfte das Urteil Grundsatzcharakter haben. Die erheblichen Verfahrenskosten werden die Arminen allerdings mit dem NFV besprechen müssen. Außerdem gab es für jedes Spiel mit Hosenwerbung eine – meist nicht bezahlte – Geldstrafe.

Sofort reagierte der Oberligist VfB Oldenburg auf das Urteil und präsentierte seinen ersten Werbepartner für die Hose. Der Schriftzug „Allererste Sahne“ zielt fortan die Hosen der Oldenburger. „Für freche und witzige Ideen sind wir immer zu haben“, sagte Holger Asmussen, Marketing-Chef eines Milch- und Sahne Unternehmens.

Die Hosenwerbung stößt auch in der Braunschweiger Region auf reges Interesse. „Ich denke, wir wären dabei. Jeder Verein ist heute gezwungen, Geld zu erwirtschaften beziehungsweise ist auf Sponsorengelder angewiesen“, sagt Olaf Barnbeck von den Freien Turnern Braunschweig. Der Fußball-Abteilungsleiter des Niedersachsenligisten will sich das Angebot zwar genau anschauen, ist aber sicher: Wir werden nicht Nein sagen. Schließlich hat seinerzeit die Trikotwerbung ähnlich angefangen und heute ist sie eine Selbstverständlichkeit“.

#### **„Der NFV muss das Urteil in die Satzung einarbeiten“**

Auch für den frischgebackenen Meister der Niedersachsenliga, MTV Gifhorn, steht das Thema Hosenwerbung demnächst auf der Tagesordnung. „Jeder Euro ist willkommen. Wir haben aber noch nicht konkret mit Sponsoren gesprochen“, erklärt Wolfgang Krönigkeit.

Er ist beim MTV für das Sponsoring zuständig, hat als ehemaliger Werbeleiter eines Kreditinstituts aber so seine Bedenken. Zum einen ist es bei den Spielern derzeit angesagt, das Trikot über der Hose zu tragen, zum anderen weiß der MTV erst nach der Relegation, ob er künftig viert- oder fünftklassig spielt.

---