



Fußball EM 2021

Wie darf ich werben?



IHK

Schleswig-Holstein

Flensburg · Kiel · Lübeck



IHK

Schleswig-Holstein

Flensburg · Kiel · Lübeck

Inhaltsverzeichnis

Vorbemerkung.....	3
1. Wer ist Veranstalter der Fußball-EM 2021?	3
2. Die UEFA und ihre Schutzrechte	3
3. Darf ich überhaupt nicht mit Hinweisen auf die Europameisterschaft werben ?	4
3.1. Beispiele für zulässige Werbung	4
3.2. Beispiele für unzulässige Werbung	5
4. Darf ich eigene EURO 2020 Logos entwerfen und verwenden?.....	5
5. Was muss ich bei der Verwendung der Farben Schwarz-Rot-Gold beachten?	5
6. Darf ich Sammelbilder/Porträts von Fußballspielern geschäftlich/werblich verwenden?	5
7. Darf ich Merchandising-Produkte/Fan-Artikel mit offiziellen UEFA-Marken oder Symbolen vertrieben werden?.....	5
8. Wer sind die offiziellen Sponsoren und Lizenznehmer?	6
9. Sind Sonderaktionen anlässlich der EM zulässig?.....	6
10. Darf ich ein Gewinnspiel veranstalten, bei dem es EM-Eintrittskarten zu gewinnen gibt?	6
11. Sportwetten während der EM.....	6
12. Was passiert bei Verstößen?	6
13. Public Viewing	7
13.1. Wann benötige ich als Gastronom eine Lizenz für die öffentliche Übertragung von EM- Spielen im TV oder auf Großleinwand?	7
13.3. Was kostet die Lizenz und wo bekommt man sie?.....	8
13.4. Benötige ich für jedes Spiel eine einzelne Lizenz?.....	8
13.5. Was muss ich bei der Organisation eines Public-Viewing beachten?	8
13.6. Dürfen Sponsoren bei meiner kommerziellen Public-Viewing-Veranstaltung auftreten?	9
13.7. Wie darf ich für mein Public-Viewing-Event werben?	9
13.8. Wer hat die Übertragungsrechte?.....	10
13.9. GEMA-, Rundfunk-, Bezahlfernsehgebühren. Was muss ich zahlen?	10

Vorbemerkung

Am 11 Juni 2021 beginnt in Rom, Italien die Fußball-Europameisterschaft. Unser Merkblatt gibt einen Überblick, worauf geachtet werden muss, wenn Unternehmen ihre Produkte und Dienstleistungen im Kontext der Europameisterschaft vermarkten möchten und was die Voraussetzungen für die Durchführung einer Public-Viewing Veranstaltung sind.

Obwohl dieses Merkblatt mit viel Sorgfalt erstellt wurde, erhebt es nicht den Anspruch auf Vollständigkeit. Eine Haftung für inhaltliche Richtigkeit kann daher nicht übernommen werden.

1. Wer ist Veranstalter der Fußball-EM 2021?

Die Fußball-Europameisterschaft 2021 (nachfolgend „EM“) ist eine Veranstaltung der UEFA (Union des Associations Européennes de Football), dem europäischen Fußballverband. Der offizielle Name des Turniers lautet *UEFA EURO 2020*. Die EM sollte ursprünglich im Jahr 2020 stattfinden, wurde jedoch aufgrund der Coronavirus Pandemie in das Jahr 2021 verschoben. Anlässlich des 60. Jubiläums findet sie in 11 Austragungsorten in 11 Ländern statt. Die Adresse der offiziellen Internetplattform zur Europameisterschaft lautet: <https://de.uefa.com/uefaeuro-2020/>

2. Die UEFA und ihre Schutzrechte

Die UEFA ist ausschließliche Inhaberin aller Schutz- und Urheberrechte an UEFA-Namen, -Logos, -Marken, -Musik, -Medaillen, -Plakaten und -Trophäen, die im Zusammenhang mit der EM verwendet werden. Daneben gibt es Markenrechtsinhaber wie adidas, die z. B. das Vermarktungsrecht an dem offiziellen Spielblatt „Uniforia“ haben.

Neben dem offiziellen Emblem der UEFA EURO 2020™, dem offiziellen Maskottchen der UEFA EURO 2020™ („Skillzy“), dem Pokal der UEFA EURO 2020™ und einigen Grafiken mit den Sehenswürdigkeiten der Austragungsorte, genießen eine Vielzahl von Einzelbegriffen oder Kombinationen von Begriffen wie z. B. „UEFA EURO 2020 EURO for EUROPE“, „EURO 2020“, die Namen der 11 Spielorte mit dem Zusatz 2020 wie „Munich 2020“ oder „Rome 2020“ sowie der Ticket-Slogan „Follow My Team“ europaweit bzw. sogar international markenrechtlichen Schutz.

Die UEFA hat unter anderem folgende Grafiken markenrechtlich schützen lassen:



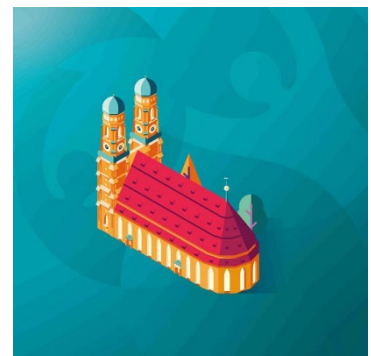
UEFA EURO 2020



EURO 2020



Maskottchen „Skillzy“



Frauenkirche in München



FOLGE dieses Schutzes ist, dass Unternehmen, die mit den geschützten Logos und Marken werben wollen, eine Erlaubnis der UEFA benötigen bzw. bei der UEFA hierfür eine Lizenz erwerben müssen.

ACHTUNG: Wer ohne eine solche Lizenz den Absatz seiner Produkte mit Begriffen wie „EURO 2020“ in Bezug auf die EM bewerben möchte, sollte sich vor jeder Verwendung derartiger Begriffe rechtlichen Rat einholen. Andernfalls besteht die Gefahr, von der UEFA auf Unterlassung, Auskunft, Beseitigung aufgefordert zu werden und ggf. kann Schadensersatz in Anspruch genommen zu werden. Insbesondere drohen Abmahnungen, einstweilige Verfügungen und Klagen, die nicht unerhebliche Anwalts- und Gerichtskosten verursachen und das gesamte, für Werbung vorgesehene Jahresbudget vor allem kleinerer Unternehmen übersteigen können.

3. Darf ich überhaupt nicht mit Hinweisen auf die Europameisterschaft werben ?

Das kommt darauf an:

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 Erbringung.

Des Weiteren ist zu beachten, dass auch sonst keine unlautere **Rufausnutzung** oder Rufbeeinträchtigung, keine gezielte Behinderung oder Herkunftstäuschung oder sonstige **Verwechslungsgefahr** bzw. Verknüpfung mit der UEFA hervorruft sowie keine **Irreführung** über eine tatsächlich nicht bestehende Partnerschaft / Sponsoreigenschaft oder sonstige Verbindung mit der UEFA oder sonstigen Rechteinhabern darstellt.

3.1. Beispiele für zulässige Werbung

Es dürfen allgemeine Werbeaussagen getroffen werden wie z. B.

- *Das Fußballfieber steigt, die Preise fallen: 20 Prozent auf alles während der EM*
- *Fußball in ganz Europa*
- *Für den Zeitraum der Europameisterschaft senken wir die Preise für alle Sportartikel um 20 Prozent*
- *Für jedes geschossene Tor der deutschen Nationalelf erhalten Sie 1 Prozent Rabatt auf unser gesamtes Sortiment*
- *Fan-Wurst für 2,50 Euro*
- *Großes Fan-Sortiment*
- *10 Prozent Fan-Rabatt auf Geschirr*

Dekorationen mit Fahnen der Austragungsländer, Bällen und Toren ohne die offiziellen UEFA-Symbole dürfen verwendet werden.

3.2. Beispiele für unzulässige Werbung

Nicht empfehlenswert ist es, Marken oder bildliche Logos und Embleme der UEFA bzw. Dritter ohne entsprechende Lizenz zu verwenden wie beispielsweise:

- Geschützte Markennamen der UEFA als Teil eines Produktnamens z. B. „Euro 2020-Semmeln“, „Munich 2020-Fernseher“. Zulässig kann dagegen die Werbung mit „Während der EM gibt es bei dem Kauf von 10 Semmeln eines umsonst“ sein. (Siehe 2. *Die UEFA und ihre Schutzrechte*)
- Ein Hinweis, der den Eindruck erweckt, man sei offizieller Sponsor, Förderer oder sonstiger Partner der UEFA (näheres dazu vgl. nächste Seite). Gleiches gilt, wenn der Verbraucher davon ausgehen könnte, es handle sich um offizielle UEFA-Waren bzw. spezielle Europameisterschaft-Produkte.
- Ein Hinweis, wonach die eigenen Produkte mit UEFA-Produkten vergleichbar seien.
- Nachahmungen von Produkten der UEFA und ihrer Sponsoren, Förderer und sonstigen Partner.

Alles in Allem ist die Zulässigkeit der jeweiligen Werbung eine Frage des Einzelfalls. Es ist deshalb ratsam, vor Veröffentlichung eine eingehende juristische Überprüfung der Zulässigkeit der geplanten Werbung vorzunehmen.

4. Darf ich eigene EURO 2020 Logos entwerfen und verwenden?

Wer selbst EURO 2020-Logos entwerfen und verwenden möchte, muss darauf achten, dass diese keine gedankliche Verbindung zum offiziellen Emblem oder allgemein zur EM als Veranstaltung der UEFA herstellen. Oder einfach gesagt, ihr Logo darf den offiziellen Logos nicht ähneln.

5. Was muss ich bei der Verwendung der Farben Schwarz-Rot-Gold beachten?

Die Bundesfarben stellen als solche, also ohne Gestaltung als Fahne oder Flagge, kein Hoheitszeichen dar und dürfen daher grundsätzlich verwendet werden (z.B. Herstellung von schwarz-rot-goldenen Flipflops).

6. Darf ich Sammelbilder/Porträts von Fußballspielern geschäftlich/werblich verwenden?

Ohne entsprechende und nachweisbare Zustimmung des Fußballspielers ist dies nicht zu empfehlen.

7. Darf ich Merchandising-Produkte/Fan-Artikel mit offiziellen UEFA-Marken oder Symbolen vertrieben werden?

Offizielle Merchandising-Produkte dürfen nur vertrieben werden, wenn man einen entsprechenden Lizenzvertrag mit der UEFA abgeschlossen hat. Auf diese Weise sollen die Kennzeichen (Logos und Markennamen) der UEFA geschützt werden.

**IHK****Schleswig-Holstein**

Flensburg·Kiel·Lübeck

Mit diesem Vertrag erwerben Sie als Lizenznehmer die Rechte für die Verwendung dieser Kennzeichen der UEFA für die EM auf bestimmte Produkte. Es wird dabei vorab festgelegt, um welches Produkt es sich handelt und in welcher Region es vertrieben wird.

8. Wer sind die offiziellen Sponsoren und Lizenznehmer?

Die Lizenznehmer (z. B. adidas, Hublot, IMG, Konami, Panini) sind von den offiziellen Sponsoren der EM zu unterscheiden (VW, Coca Cola, Heineken, Qatar Airways, Hisense, , Alipay, Booking.com, FedEx, Takeaway.com, TikTok und Vivo), die das Recht haben, sich selbst und ihre Produkte oder Dienstleistungen mit der EM in Verbindung zu bringen.

9. Sind Sonderaktionen anlässlich der EM zulässig?

Sonderpreise anlässlich der EM sind grundsätzlich zulässig. Zu beachten sind die allgemeinen wettbewerbsrechtlichen Regeln (vgl. unsere IHK-Merkblätter „[30 Tipps zur Werbung](#)“ und „[Preisangabenverordnung](#)“) und die Markenrechte der UEFA und sonstiger Dritter. (Siehe 2. *Die UEFA und ihre Schutzrechte*)

10. Darf ich ein Gewinnspiel veranstalten, bei dem es EM-Eintrittskarten zu gewinnen gibt?

Gewinnspiele mit Eintrittskarten dürfen nur von den offiziellen Sponsoren der EM ausgerichtet werden. Allgemein gilt: Jede Nutzung der Eintrittskarten für gewerbliche Zwecke – einschließlich des Verkaufs – ist unzulässig.

11. Sportwetten während der EM

Sportwetten sind nach höchstrichterlicher Rechtsprechung Glücksspiele. Sportwetten dürfen daher nur mit der erforderlichen Erlaubnis der Landesregierung angeboten werden. Nähere Informationen zu Erlaubnisvoraussetzungen und Zuständigkeiten gibt es unter

<https://www.schleswig-holstein.de/DE/Landesregierung/Themen/InneresSicherheit/Gluecksspielwesen/gluecksspiel.html>

Achtung! Wer ohne die erforderliche Erlaubnis Sportwetten und andere Glücksspiele ausrichtet, muss nicht nur mit wettbewerbsrechtlichen Unterlassungs- und Schadensersatzansprüchen rechnen, sondern macht sich auch strafbar!

12. Was passiert bei Verstößen?

Hier drohen dem betroffenen Unternehmen Unterlassungs-, Beseitigungs-, Auskunft- und Schadensersatz-Ansprüche. Unter Umständen können auch die mit dem unlauteren Verhalten erzielten Gewinne „abgeschöpft“ werden. Instrumente für die Durchsetzung der Ansprüche sind die Abmahnung oder das gerichtliche einstweilige Verfügungs- und/oder Hauptsacheverfahren.

13. Public Viewing

Public Viewing kann viele Zuschauer anlocken und sich wirtschaftlich lohnen. In diesem Kapitel geben wir Ihnen einen Überblick, was Sie dabei beachten müssen.

Randnotiz: Den Begriff *Public Viewing* gibt es in der englischen Sprache gar nicht. Es ist ein Pseudoanglizismus. Korrekt wäre der Begriff *Public Screening* – also theoretisch. Praktisch sagen Ihre Kunden *Public Viewing*. Deswegen heißt es auch in diesem Dokument so.

13.1. Wann benötige ich als Gastronom eine Lizenz für die öffentliche Übertragung von EM-Spielen im TV oder auf Großleinwand?

Alle Vorführungen von Spielen der EM außerhalb von häuslichen Umgebungen werden als Public Viewing eingestuft. Gastronomen und Veranstalter, die ein Public Viewing veranstalten möchten, müssen Folgendes beachten:

Zu unterscheiden sind:

1. sog. "kleine Veranstaltung": KEINE Lizenz erforderlich;
2. kommerzielle und nicht-kommerzielle öffentliche Übertragung: (kostenfreie bzw. kostenpflichtige) LIZENZ erforderlich

zu 1.

Handelt es sich um eine sog. "kleine Veranstaltung" wird KEINE Lizenz benötigt. Eine solche "kleine Veranstaltung", die ohne Lizenz durchgeführt werden kann, ist laut Definition der UEFA (siehe <http://de.uefa.com/uefaeuro/about-euro/public-screening/index.html>) gegeben, wenn

- an der Veranstaltung nur bis zu 300 Menschen teilnehmen und
- **kein** Sponsoring erfolgt und
- **kein** Eintrittsgeld erhoben wird.

Die Organisatoren einer "kleinen Veranstaltung" dürfen Speisen und Getränke verkaufen, wenn sie **keine** anderen kommerziellen Aktivitäten (wie z. B. ein Sponsoring) verfolgen. Es ist jedoch nicht zu empfehlen erhöhte Preise für Speisen und Getränke oder Mindestverzehr Anforderungen zu erheben, da dies ebenfalls als eine Art Eintrittsgeld gewertet werden kann.

Die Organisatoren einer solchen "kleinen Veranstaltung" dürfen jedoch **nicht**:

- die Logos/Marken der UEFA oder der UEFA EURO 2020 verwenden;
- ihre eigene Veranstaltung als offizielle Veranstaltung der UEFA EURO 2020 ausgeben;
- das TV-Signal verändern oder modifizieren, etwa indem zusätzliche Grafiken hinzugefügt werden.

Die Organisatoren solcher kleinen Veranstaltungen (z.B. die öffentliche Übertragung in Bars/Hotels/Restaurants und anderen kommerziellen Betrieben) müssen neben den zuvor genannten Bestimmungen sicherstellen, dass die relevanten TV-Abonnements für den kommerziellen Bereich und die notwendigen örtlichen Genehmigungen vorliegen sowie dass sie die allgemeinen Bedingungen der UEFA für öffentliche Übertragungen einhalten. Zu beachten sind hierbei die allgemeinen Geschäftsbedingungen der UEFA, zu finden unter <https://de.uefa.com/termsconditions/#2607091>

Die UEFA behält sich das Recht vor, die automatische Zustimmung zur Durchführung solcher öffentlichen kleinen Übertragungen zu entziehen, bei denen sich der Veranstalter nicht an die genannten Bedingungen hält.

Zu 2.

Für die Durchführung einer kommerziellen öffentlichen Übertragung wird eine kostenpflichtige Lizenz der UEFA benötigt. Für die Durchführung einer nicht-kommerziellen öffentlichen Übertragung wird ebenfalls eine Lizenz der UEFA benötigt, die allerdings kostenfrei ist (zu den Definitionen s.u.).

13.2. Wann ist eine Veranstaltung kommerziell?

Laut der UEFA haben öffentliche Übertragungen kommerziellen Charakter (und unterliegen damit einer Lizenzgebühr), wenn sie

- direkten Gewinn durch den Verkauf von Produkten, Gütern und Dienstleistungen (auch Essen und Getränke) erzielen, oder
- dritten Parteien Werbemöglichkeiten einräumen (Sponsoring), unabhängig davon, ob dies kostenlos oder kostenpflichtig geschieht, oder
- Eintrittsgelder erheben (ACHTUNG: Auch ähnliche Maßnahmen können hierunter fallen, z. B. Unkostenbeiträge, Mindestverzehr Anforderungen, erhöhte Speise- und Getränkepreise).

13.3. Was kostet die Lizenz und wo bekommt man sie?

Eine Public-Viewing-Lizenz kann nur online beantragt werden. Das Antragsportal ist [hier auf der UEFA-Webseite](#) zu erreichen. Die Marketingagentur CAA Eleven ist für die Umsetzung des Lizenzierungsprogramms der UEFA EURO 2020 verantwortlich. CAA Eleven wird alle Anfragen bearbeiten, die Lizenzen ausstellen und relevante Fragen der Organisatoren beantworten.

Die Lizenz für nicht-kommerzielle Public Viewings ist kostenfrei. Dagegen werden für kommerzielle Public Viewings Lizenz-Gebühren verlangt. Die Höhe der Lizenzgebühr wird dabei auf Basis der „Zuschauerkapazität“ erhoben. Die Gebühren starten dabei bei 500 Euro für Veranstaltungen mit bis zu 1.000 Zuschauern und steigen mit zunehmender Zuschauerzahl an.

<https://www.uefa.com/uefaeuro-2020/about/screening-licences/>

13.4. Benötige ich für jedes Spiel eine einzelne Lizenz?

Eine von der UEFA genehmigte Lizenz gilt für alle 51 Spiele der Europameisterschaft. Wenn ein Gastgeber ein Public-Viewing an mehreren Standorten veranstalten möchte, muss für jeden Übertragungsort eine einzelne Lizenz erworben werden.

13.5. Was muss ich bei der Organisation eines Public-Viewing beachten?

Alle Public Viewings müssen mit Einklang mit den entsprechenden Gesetzen organisiert und durchgeführt werden. Beispielsweise müssen Vorgaben des Lärmschutzes beachtet werden. Nähere Informationen dazu sind hier auffindbar: <https://www.bmu.de/faqs/public-viewing-verordnung-2020/>. Des Weiteren muss dieses Jahr besonders auf die Einhaltung der aktuellen Hygienevorgaben geachtet werden.

Je nach Art des Spiels muss zudem beachtet werden, dass das Public-Viewing zu einem bestimmten Zeitpunkt starten muss bzw. ab einem bestimmten Zeitpunkt nur noch Inhalte der offiziellen Sponsoren gezeigt werden dürfen.

Eröffnungsspiel/ Finale:

Wer ein Public-Viewing für das Eröffnungsspiel veranstalten möchte, muss beachten, dass die Liveübertragung des Rundfunkanbieters mit den Übertragungsrechten (s. u.) 10 Minuten vor Beginn der Eröffnungszeremonie bis zum Ende des Spiels **unterbrechungsfrei** gezeigt werden

**IHK****Schleswig-Holstein**

Flensburg·Kiel·Lübeck

muss. Bei einer Übertragung des Endspiels muss das Livesignal ab 10 Minuten vor Beginn der Finalfeier bis 5 Minuten nach Ende der Siegerehrung gezeigt werden.

Alle anderen Spiele:

Bei allen anderen Spielen gilt, dass ab 25 Minuten vor Spielbeginn kein anderer Inhalt als der des Rundfunkanbieters mit den Übertragungsrechten bzw. der offiziellen Sponsoren gezeigt werden darf (sog. „geschütztes Zeitfenster“). Ab 10 Minuten vor Spielbeginn bis 5 Minuten nach Abpfiff muss das Liveübertragungssignal des Rundfunkanbieters mit den Übertragungsrechten ohne Unterbrechungen gezeigt werden. Bei mehreren Spielen an einem Spieltag muss beachtet werden, dass sich das „geschützte Zeitfenster“ auf die Zeit zwischen dem ersten und dem letzten Spiel des Tages erstreckt.

Für alle Spiele:

Darüber hinaus darf sich 3 Meter rund um den Übertragungsbildschirm bzw. um die -leinwand keinerlei Inhalt/ Werbung kommerziellen Charakters befinden. Offizielle Sponsoren bzw. die Rundfunkanbieter mit Übertragungsrechten sind hiervon ausgenommen.

13.6. Dürfen Sponsoren bei meiner kommerziellen Public-Viewing-Veranstaltung auftreten?

Der Veranstalter des Public Viewings muss den offiziellen Sponsoren Erstverhandlungsrechte einräumen.

Liegt eine Lizenz seitens der UEFA vor, sollten zur Vermeidung von Konflikten und Auseinandersetzungen mit der UEFA die von ihr aufgestellten Bedingungen für die Hinzuziehung von Sponsoren und der Veranstaltungs-/Sponsoren-Werbung beachtet werden.

Diese Bedingungen („Reglement“) finden Sie unter:

<https://uefa.fame.uefa.com/EBS/PM/PublicScreeningService/PublicForm/Presentation.aspx?key=MTUwMDA3ODIy>

Erst wenn keiner der offiziellen Sponsoren und auch keiner der Rundfunkanbieter interessiert sind, dürfen andere Sponsoren herangezogen werden. Diese Sponsoren wiederum dürfen keine Wettbewerber der oben genannten offiziellen Sponsoren oder den Rundfunkanbietern mit Übertragungsrechten (siehe 13.8. *Wer hat die Übertragungsrechte?*) sein.

13.7. Wie darf ich für mein Public-Viewing-Event werben?

Es darf nicht der Eindruck geweckt werden, dass die Veranstaltung mit der UEFA in Verbindung steht.

Was sie daher als Veranstalter **nicht dürfen**:

- die Logos/Marken der UEFA oder der UEFA EURO 2020 verwenden;
- ihre eigene Veranstaltung als offizielle Veranstaltung der UEFA EURO 2020 ausgeben;
- das ausgestrahlte Bild verändern oder modifizieren, etwa indem zusätzliche Grafiken hinzugefügt werden.

Zudem darf die Veranstaltung nicht mit einem eventuellen Sponsor (außer den offiziellen Sponsoren) beworben werden.



13.8. Wer hat die Übertragungsrechte?

Die ARD und ZDF haben sich zunächst die Rechte an der Übertragung aller 51 Spiele der Europameisterschaft gesichert. Deren audiovisuellen Verwertungsrechte haben sie an die Deutsche Telekom sublizenziiert. An 10 Gruppenspielen ohne deutsche Beteiligung hat sich die Deutsche Telekom dadurch Exklusivrechte gesichert. Die restlichen 41 Spiele werden sowohl von der ARD bzw. ZDF als auch von der Deutschen Telekom übertragen.

13.9. GEMA-, Rundfunk-, Bezahlfernsehgebühren. Was muss ich zahlen?

Zu beachten ist, dass beim Public-Viewing zusätzliche Gebühren der [GEMA](#) und gegebenenfalls für eine Lizenz bei der Deutschen Telekom wegen der öffentlichen Ausstrahlung von Fernsehprogrammen anfallen können. Die GEMA bietet in der Regel Sondertarife für Sportereignisse wie die Fußball-EM an. Darüber hinaus ist der [Rundfunkbeitrag](#) zu entrichten.

**IHK****Schleswig-Holstein**

Flensburg · Kiel · Lübeck

Herausgeber

IHK Schleswig-Holstein

Arbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern zu Flensburg, zu Kiel und zu Lübeck
Bergstraße 2, Haus der Wirtschaft, 24103 Kiel

☎ [0431 - 5194 - 0](tel:0431-5194-0)

☎ [0431 - 5194 - 234](tel:0431-5194-234)

@ ihk@kiel.ihk.de

🌐 www.ihk-schleswig-holstein.de

Ansprechpartner

Tina Möller

☎ [0431 - 5194 - 258](tel:0431-5194-258)

☎ [0431 - 5194 - 558](tel:0431-5194-558)

@ tmoeller@kiel.ihk.de

Joseph Scharfenberger

☎ [0451 - 6006 - 235](tel:0451-6006-235)

☎ [0451 - 6006 - 4235](tel:0451-6006-4235)

@ scharfenberger@luebeck.ihk.de

Servicecenter

☎ [0461-806-806](tel:0461-806-806)

☎ [0461 806-9806](tel:0461-806-9806)

@ service@flensburg.ihk.de

Stand: Juni 2021