



WERBUNG SPONSORING, DAUERWERBEBESENDUNGEN & PRODUKTPLATZIERUNG

SPONSORING

Neben Werbespots und Werbung im Split-Screen-Modus gibt es für Werbekunden die Möglichkeit, Sendungen zu sponsern: „Der Wetterbericht wird präsentiert von xy“ heißt es dann etwa. Auf die Unterstützung der Sendung muss zu Beginn oder am Ende der Sendung hingewiesen werden, aber auch vor oder nach Werbeunterbrechungen ist ein solcher Hinweis zulässig.

DAUERWERBEBESENDUNGEN

Vom Messer-Set zum Diät-Präparat – sogenannte Dauerwerbesendungen widmen sich ausschließlich der Anpreisung und oft auch dem direkten Abverkauf von Produkten. Hier gilt eine durchgehende Kennzeichnungspflicht. Während des gesamten Verlaufs muss ein gut wahrnehmbarer Schriftzug „Werbesendung“ oder „Dauerwerbesendung“ zu sehen sein. Damit soll gewährleistet sein, dass Zuschauer direkt erkennen, wo sie beim Zappen gelandet sind.

PRODUKTPLATZIERUNG

Der Geheimagent und sein Sportwagen, der gut erkennbare Softdrink oder der Laptop mit dem hervorstechenden Herstellerlogo – bei Kinofilmen ist es nicht ungewöhnlich, dass Produzenten oder Regisseure mit der Werbeindustrie kooperieren. Seit 2010 gibt es in Deutschland rechtliche Bedingungen für sogenannte Produktplatzierungen auch im Fernsehen. Im Kern gilt, dass diese schwer erkennbare Werbeform verboten bleibt. Jedoch wird sie nun für einzelne Sendeformen als zulässig erachtet, dazu zählen fiktionale Programme (Kinofilme, TV-Serien, Fernsehfilme), Sportsendungen und Sendungen der leichten Unterhaltung. Formate mit Produktplatzierungen müssen jedoch eindeutig gekennzeichnet werden (siehe Infokasten). Weiterhin grundsätzlich verboten ist Produktplatzierung hingegen in Nachrichtensendungen, Kindersendungen, Ratgeber- und Verbrauchersendungen sowie Sendungen zum politischen Zeitgeschehen.

ZAHLEN & FAKTEN

ZEITLICHE REGELN FÜR WERBUNG UND PRODUKTPLATZIERUNG

Schon ab einer Länge von **90 Sek.** gilt eine Werbesendung als Dauerwerbesendung mit entsprechender Hinweispflicht.

Mindestens **3 Sekunden** muss das Logo „P“ als Hinweis für Produktplatzierung bei entsprechenden Sendungen auf dem Bildschirm zu sehen sein.

123...

PARAGRAFEN

STAATSVERTRAG FÜR RUNDFUNK UND TELEMEDIE (RSTV)

§ 7 Abs. 5 RStV: Dauerwerbesendungen müssen während des gesamten Sendeverlaufs durch einen entsprechenden Schriftzug gekennzeichnet werden.

§ 7 Abs. 7 RStV: Schleichwerbung und entsprechenden Praktiken sind unzulässig.

§ 8 Abs. 1 RStV: Bei Sendungen, die ganz oder teilweise gesponsert werden, muss zu Beginn oder am Ende auf die Finanzierung deutlich hingewiesen werden.



BLICKPUNKT

KENNZEICHNUNG VON PRODUKTPLATZIERUNGEN

Alle Sendungen mit Produktplatzierungen im deutschen Fernsehen müssen gekennzeichnet werden. Das geschieht durch einen Hinweis zu Beginn und Ende der Sendung bzw. der sie unterbrechenden Werbepausen, wie etwa „Unterstützt durch Produktplatzierungen“. Außerdem ist die gleichzeitige Einblendung eines gut sichtbaren „P“ als Logo für Produktplatzierungen Pflicht. Als weitere Rahmenbedingung gilt, dass die gezeigten Produkte werblich nicht zu stark herausgestellt werden dürfen und die redaktionelle Freiheit der Sender unangetastet bleibt.

