

Landeszentrale für Medien und Kommunikation (LMK)

Abteilung Recht, Programm-
und Telemedienaufsicht

M E R K B L A T T

Informationen für lokale/regionale Fernsehveranstalter bezüglich werberechtlich relevanter Vorschriften

I. Dauerwerbesendungen

Begriffsdefinition (Ziff. 3 Abs. 3 Werberichtlinie (WR))

Dauerwerbesendungen sind Sendungen von mindestens 90 Sekunden Dauer, in denen Werbung redaktionell gestaltet ist, der Werbecharakter erkennbar im Vordergrund steht und die Werbung einen wesentlichen Bestandteil der Sendung darstellt.

Checkliste für eine ordnungsgemäße Dauerwerbesendung (§ 7 Abs. 5 RStV i.V.m. Ziff. 3 Abs. 3 WR)

- Der Werbecharakter ist erkennbar im Vordergrund.
- Die Werbung ist wesentlicher Bestandteil der Sendung.
- Zu Beginn ist die Dauerwerbesendung entsprechend einer Werbekennzeichnung (Werbelogo) als "Dauerwerbesendung" angekündigt.
- Während des gesamten Verlaufs ist die Dauerwerbesendung mit dem Schriftzug "Werbesendung" oder "Dauerwerbesendung" als solche gekennzeichnet.
- Der Schriftzug hebt sich durch Größe, Form und Farbgebung deutlich lesbar vom Hintergrund der laufenden Sendung ab.
- Es werden keine anderen Ankündigungen und Kennzeichnungen verwendet.
- Die Dauerwerbesendungen richtet sich nicht an Kinder.

II. Sponsorhinweise

Begriffsdefinition (§ 2 Abs. 2 Nr. 9 RStV)

Im Sinne dieses Staatsvertrages ist Sponsoring jeder Beitrag einer natürlichen oder juristischen Person oder einer Personenvereinigung, die an Rundfunk Tätigkeiten oder an der Produktion audiovisueller Werke nicht beteiligt ist, zur direkten oder indirekten Finanzierung einer Sendung, um den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild der Person oder Personenvereinigung, ihre Tätigkeit oder ihre Leistungen zu fördern.

Checkliste für einen ordnungsgemäßen Sponsorhinweis (§ 8 RStV i.V.m. Ziff. 7 WR)

- Der Sponsorhinweis beansprucht nur den Zeitraum, der erforderlich ist, um den Hinweis auf die Fremdfinanzierung durch den Sponsor deutlich wahrzunehmen.
- Der Sponsorhinweis weist einen eindeutigen Bezug zur gesponserten Sendung auf.
- Der Sponsorhinweis erfolgt mindestens am Anfang oder am Ende der Sendung.
- Der Sponsorhinweis enthält keinen imageprägenden Slogan mit zusätzlichen werblichen Aussagen zu Sponsor, Produkten oder Marken.
- Der Sponsorhinweis wird inhaltlich und hinsichtlich des Programmplatzes einer gesponserten Sendung nicht vom Sponsor beeinflusst werden, so dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Rundfunkveranstalters beeinträchtigt wird.
- Es wird keine Nachrichtensendungen oder Sendungen zur politischen Information, kein Programmhinweis, keine Werbung, keine Dauerwerbesendung oder ein Teleshopping-Fenster gesponsert.

Gestaltungsmöglichkeiten des Sponsorhinweises (§ 8 RStV i.V.m. Ziff. 7 WR)

- Ein Hinweis auf den Sponsor innerhalb einer Sendung vor und nach jeder Werbeschaltung ist zulässig.
- In Hinweisen auf gesponserte Sendungen dürfen der oder die Sponsoren der gesponserten Sendung erwähnt werden.
- Der Sponsorhinweis ist auch durch Bewegtbild möglich.
- Neben oder anstelle des Namens des Sponsors kann auch dessen Firmenemblem oder eine Marke, ein anderes Symbol des Sponsors, ein Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen eingeblendet werden. In Kindersendungen und Sendungen religiösen Inhalts ist das Zeigen von Sponsorenlogos aber untersagt.

Gesponserte Sendungen (§ 8 Abs. 3 RStV i.V.m. Ziff. 7 Abs. 7 WR)

- Gesponserte Sendungen dürfen nicht zum Verkauf, zum Kauf oder zur Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder Dienstleistungen des Sponsors oder eines Dritten, vor allem durch entsprechende besondere Hinweise, anregen. Demnach ist es problematisch, wenn z.B. in der gesponserten Sendung Produkte des Sponsors vorgestellt werden.

Sponsoren (§ 8 RStV i.V.m. Ziff. 7 WR)

- Unternehmen, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist, dürfen keine Sendungen sponsern.

- Beim Sponsoring von Sendungen durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Image des Unternehmens gesponsert werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.
- Politische, weltanschauliche oder religiöse Vereinigungen dürfen Sendungen nicht sponsern.

III. Ausstatterhinweise (Ziff. 12 Abs. 1 WR)

Ausstatterhinweise sind am Ende von Sendungen zulässig. Sie werden nicht als Werbung behandelt, sofern sie wie Sponsorhinweise gestaltet sind. Darüber hinausgehende Hinweise werden wie Werbung behandelt.

IV. Werbegrundsätze (§ 7 Abs. 1 Nr. 3 RStV und § 7 Abs. 3 RStV)

Werbung und Teleshopping dürfen nicht irreführen. Zudem müssen Werbung und Teleshopping als solche leicht erkennbar und vom redaktionellen Inhalt unterscheidbar sein. Aufgrund einer eindeutigen Kennzeichnung von Werbung und der Unterscheidbarkeit von Werbung und Programm, sowie zum Ausschluss einer Irreführung des Zuschauers sollte beispielsweise die Eigenwerbung am Ende des Werbeblocks ausgestrahlt werden.

V. Rechtsgrundlagen

Die jeweiligen vollständigen Gesetzestexte finden Sie auf der Homepage der LMK unter der Rubrik Service → Rechtsgrundlagen (<http://www.lmk-online.de/service/rechtsgrundlagen>).

Für einen regionalen Fernsehsender sind hinsichtlich der Werbung vor allem der Rundfunkstaatsvertrag (RStV), die Werberichtlinien TV (WR-TV) und die Werbesatzung der LMK relevant.

VI. Informationen und Beratung

Sollten Sie weitere werberechtliche Fragen haben, stehen wir Ihnen selbstverständlich gerne zur Verfügung.

Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK)

Turmstraße 10

67059 Ludwigshafen

Dorin Scholz

Tel.: 0621 / 5202-224

Fax: 0621 / 5202-215

E-Mail: scholz@lmk-online.de