

## **C 2.1.1 Regeln für die Praxis zur Gestaltung von Sponsorhinweisen gemäß den jeweiligen Ziffern 12 der Richtlinien für Werbung, Sponsoring, Gewinnspiele und Produktionshilfe von ARD und ZDF**

Abgestimmter Stand: 26.02.2014

### **I. Rechtliche Grundlagen**

Ausgehend von § 8 Abs. 1 RStV muss zu Beginn und/oder am Ende einer Sendung auf die Finanzierung durch den Sponsor in vertretbarer Kürze deutlich hingewiesen werden; der Hinweis ist in diesem Rahmen 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.

Das Sponsoring ist als Ausnahme des Grundsatzes von Trennung von Werbung und Programm anzusehen, sodass der Sponsorhinweis aus diesem Grund lediglich auf die Unterstützungsleistung des Sponsors hinweisen soll. Abgesehen vom Zweck der Transparenz der in die Sendung einfließenden Unterstützungsleistung durch den Sponsor darf der Sponsorhinweis nach Ziffer 12.1 der ARD- und ZDF-Richtlinien auch der imagefördernden Selbstdarstellung des Namens oder einer Marke des Sponsors dienen. Nach dem Gesetzeswortlaut muss die gesponserte Sendung jedoch auf konkrete Konsumanreize, v. a. durch besondere Hinweise auf Erzeugnisse oder Dienstleistungen des Sponsors verzichten (Ziffer 12.6 ARD- und ZDF-Richtlinien, § 8 Abs. 3 RStV). Dieser Grundsatz ist auch für den Sponsortrailer heranzuziehen. Es gelten gemäß Ziffer 12.3 Satz 3 der ARD- und ZDF-Richtlinien die Bestimmungen zum Verbot von Schleichwerbung.

### **II. Ausgestaltung eines Sponsorhinweises**

#### **1 Zweck des Sponsorhinweises**

- a) Hinweis- und Klarstellungsfunktion für den Zuschauer, dass eine Sendung durch einen Dritten mitfinanziert wird.
- b) Im Rahmen dieser Zielsetzung kann der Sponsor neben oder anstelle der Nennung seines Namens durch Einblendung eines Firmenemblems oder einer Marke medial dargestellt werden.

#### **2 Dauer und Ausstrahlung**

Der Sponsortrailer wird am Anfang und/oder am Ende der Sendung ausgestrahlt. Der Sponsortrailer soll 7 Sekunden pro Sponsor nicht überschreiten. Mehrere Sponsoren sind zulässig. Die Sponsorenzahl soll die Anzahl von 3 sowie eine Gesamthinweisdauer von 15 Sekunden nicht überschreiten.

#### **3 Inhaltliche Gestaltungselemente**

Es ist sicherzustellen, dass der Sponsortrailer sich von einem Werbespot hinreichend unterscheiden lässt.

##### **a) Darstellung eines Produkts**

Produktabbildungen sind in folgendem Rahmen zulässig:

- In einem Sponsortrailer darf neben einer Marke (Produktname) des Sponsors auch das entsprechende Produkt selbst bzw. die entsprechende durch den Sponsor angebotene Dienstlei-

tung bildlich dargestellt werden. Die Darstellung von Produktpaletten oder Produktgruppen ist unzulässig. Für Dienstleistungen gilt dies entsprechend.

- Der Produktname muss als Marke beim Patent- und Markenamt eingetragen oder zumindest angemeldet sein.
- Werbliche Anpreisungen, Produktbeschreibungen sowie die Darstellung von Genuss- und Verzehrscenen sind im Rahmen des Sponsorhinweises grundsätzlich nicht zulässig. Die Darstellung eines Produkts oder einer Dienstleistung darf nicht in der Weise erfolgen, dass hierdurch bestimmte Qualitäten, Eigenschaften oder Merkmale besonders hervorgehoben werden.

#### b) Slogans/Claims/Designations

- Imageprägende Slogans/Claims/Designations dürfen im Bild nur erscheinen, wenn sie nachweisbar integrierter grafischer Bestandteil eines Firmenemblems oder als Teil der darzustellenden Marke eingetragen oder zumindest angemeldet wurden.
- Der akustische Transport von imageprägenden Slogans/Claims/Designations als typisches Stilmittel von klassischen Werbespots ist nicht möglich.

#### c) Internet-Adresse

- Die in Größe und Gestaltung zurückhaltende Einblendung einer vom Sponsor betriebenen Internetadresse, unter der weitergehende allgemeine Informationen über den Sponsor und dessen Produkte und Dienstleistungen zu finden sind, ist in der Regel möglich.
- Die Bestimmungen zur Einblendung imageprägender Slogans / Claims / Designations (Ziff. 3 b) bleibt hiervon unberührt. Ein akustischer Transport der Internetadresse ist ausdrücklich ausgeschlossen.

#### d) Musikalische Untermalung der Sponsortrailer

Die Verwendung von Melodien oder Tönen, die der Erkennung des Sponsors dienen, ist grundsätzlich möglich, sofern sie als Hörmarke eingetragen oder zumindest angemeldet sind.

#### e) Material aus aktuellen Werbespots

- Keine direkte Verwendung von klassischem Werbespotmaterial.
- Der Einsatz von sog. Stock-Material ist unter der Voraussetzung zulässig, dass v. a. auf prägende Elemente eines Werbespots verzichtet wird. Eine elementare Ähnlichkeit liegt v. a. dann vor, wenn die Geschichte des Werbespots in Kurzform auch im Sponsortrailer enthalten ist oder das Produkt übermäßig im Vordergrund steht.
- Die Übernahme von Musiken und Jingles aus aktuellen Werbespots ist zu vermeiden, soweit diese den Werbespot prägen.
- Der Einsatz von Protagonisten aus der Werbung ist zulässig, sofern sichergestellt wird, dass durch die übrige Gestaltung des Sponsorhinweises im Rahmen einer Gesamtbetrachtung eine klare Abgrenzbarkeit zum Werbespot gewährleistet wird.

#### f) Text aus dem OFF

- Der Sponsoringhinweis hat in vertretbarer Kürze auf die Mitfinanzierung durch den Sponsor deutlich hinzuweisen. Dabei ist immer auf die gesponserte Sendung und/oder den Programmveranstalter hinzuweisen und sicherzustellen, dass der Sponsor durch die Formulierung nicht auf die Ebene des Programmveranstalters gehoben wird.
- Der Text soll erkennbar werden lassen, dass der Sponsor die Sendung unterstützt und nicht das Event, das Gegenstand der Sendung ist.
- Eine objektiv beschreibende Darstellung des Unternehmens in engen Grenzen ist möglich, wenn der Name des Sponsors allein beim Zuschauer keine Wiedererkennung hervorruft. Wird die Wiedererkennung durch eine bildliche Darstellung eines Produkts oder einer angebotenen Dienstleistung sichergestellt, ist eine zusätzliche beschreibende Darstellung in akustischer Form unzulässig.

**g) Gesamtschau**

Die Abgrenzung zum Werbespot bedarf zusätzlich einer abschließenden Gesamtschau aller eingesetzten Gestaltungselemente und der Gesamtanmutung des Trailers (Location, Protagonisten, Musik, Spielszenen). Wird bei einer Gesamtbetrachtung eine zu große Nähe und mangelnde Unterscheidbarkeit zur klassischen Werbung festgestellt, kann der Sponsorhinweis nicht ausgestrahlt werden.

