

**RADIO UND FERNSEHEN**

# NEUE WERBE- UND SPONSORINGREGELN

➤ Am 1. April ist die neue Radio- und Fernsehverordnung in Kraft getreten, welche insbesondere im Werbe- und Sponsoringbereich Lockerungen bringt (s. dazu Flash 3/10).

Darauf basierend wird das Bundesamt für Kommunikation BAKOM auf den Frùhsommer die Werbe- und Sponsoringrichtlinien anpassen und publizieren. Um Rechtsunsicherheiten in der Zwischenzeit möglichst zu vermeiden hat das BAKOM die wichtigsten Änderungen auf deren Homepage bereits wie folgt kommuniziert:

**SPONSORNENNUNGEN**

Künftig darf die Sponsornennung zusätzliche Elemente enthalten. Aussagen zum Sponsor sowie zum Produkt sind nur dann unzulässig, wenn sie direkt zum Kauf aufrufen, mit Preisangaben verbunden sind oder Superlativen beziehungsweise Vergleiche beinhalten. Neu zulässig sind beispielsweise:

- Markenzusätze
  - Aussagen zum Sponsor sowie zum Produkt (die kompetente Krankenkasse; der umweltfreundliche Taxidienst; der saftige Sonntagsbraten; das beliebte Bankkonto; die attraktiven Ferienwohnungen)
  - Aktualitätshinweise (die neue Filiale XY; jetzt eröffnet)
  - Hinweise auf die Tradition (seit 1850)
  - Slogans und Claims (Airline X – Ihre Wahl für Sonnenziele)
  - Hinweise auf Engagements (X – offizieller Partner der FIFA-WM)
  - Hinweise auf einen speziellen Anlass (Garage X mit der Autoherbstshow)
  - Kombination verschiedener Adresselemente (Bahnhofstrasse 1 in Basel, www.xy.ch)
  - Nennung mehrerer Produkte, Dienstleistungen und Tätigkeiten
- Weiterhin unzulässig sind:
- direkte oder indirekte Vergleiche und Superlative (wir sind die Billigsten; die besten Pizzas)
  - Aussagen zum Preis (Preisangaben, Ausverkauf; Sonderangebot)
  - Aufrufe zum direkten Kauf oder Besuch (solange Vorrat; kommen Sie vorbei)

Für die SRG-Radioprogramme gilt die bisherige Praxis. Sponsornennungen dürfen nur Elemente enthalten, die der Identifizierung des Sponsors dienen Produkt, Haupttätigkeitsbereich,

Kontaktmöglichkeit des Sponsors.

**PRODUKTEPLATZIERUNG**

Eine Lockerung gibt es im Hinblick auf den Inhalt der Deklaration: Es genügt ein eindeutiger Hinweis auf die Produktplatzierung ohne Einzeldeklaration, wer welche Produkte zur Verfügung gestellt hat («Die Sendung gesponsert von XY enthält Produktplatzierungen von: Geschäft X, Unternehmung Y, Unternehmung Z»).

Die Umsetzung der neuen Produktplatzierungsvorschriften erwartet das BAKOM ab Inkrafttreten der neuen Werbe- und Sponsoringrichtlinien 2010/2011 (Frùhsommer 2010).

Die Neuerungen im Bereich Produktplatzierung werden in einer Tabelle dargestellt:



FOTO: KEYSTONE

| Sendungen   | Produkteplatzierungen  | Kennzeichnungen  |
|---|--|--|
| Nachrichtensendungen, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen und Sendungen, die mit der Ausübung politischer Rechte zusammenhängen | unzulässig   |  |
| Kindersendungen, Dokumentarfilme, religiöse Sendungen   | unzulässig<br>Ausnahme: es werden Wettbewerbspreise oder Produktionshilfen von untergeordnetem Wert (bis 5000.–) kostenlos zur Verfügung gestellt und es wird kein zusätzliches Entgelt geleistet. | Einmalig am Anfang oder am Ende der Sendung als Sponsor (zusätzlicher Hinweis auf Produktplatzierung ist freiwillig).  |
| Übrige Sendungen  | zulässig   | Am Anfang, am Ende und nach jeder Werbeunterbrechung<br>Ausnahme: einmalig als Sponsor bei Produktionshilfen und Wettbewerbspreisen bis 5000.–, sofern kein zusätzliches Entgelt geleistet wurde (zusätzlicher Hinweis auf Produktplatzierung ist freiwillig). |

Fortsetzung auf Seite 13