

## WERBUNG ODER SPONSORING?

**VERANSTALTER:**  
Alster Radio

**SENDUNG:**  
Werbung/Sponsoring

**SENDEDATUM:**  
Februar 2015

Im privaten Radio ist es üblich, die Servicenachrichten mit einem Sponsoring zu versehen. Im Fall von Alster Radio wurden im Februar 2015 die Verkehrsmeldungen von einem Möbelhaus gesponsert. Der Hinweis hatte folgenden Wortlaut:

*„Der Alster Radio-Verkehr wurde präsentiert von Möbel XX. Jetzt bei uns die Null-Prozent-Finanzierung, 5 Jahre keine Zinsen, keine Anzahlung und keine Gebühren. Also, gleich auf zu Möbel XX (...).“*

Vor dem Sponsorhinweis war ein Werbejingle platziert.

Werbliche Sponsorhinweise mit einem Werbetrenner zu versehen, stellt keine gesetzeskonforme Lösung dar. Ein Sponsorhinweis ist keine Sonderwerbform, sondern ein redaktioneller Hinweis darauf, dass die folgende oder vorangegangene Sendung direkt oder indirekt von einem Dritten finanziert wurde. Als Teil des redaktionellen Pro-

gramms darf ein Sponsorhinweis darum nicht als Werbung gekennzeichnet werden. Allerdings darf der Sponsorhinweis selbst auch nicht zu werblich gestaltet werden, also z.B. keine aktuellen Aktionen oder Angebote bewerben. Genau das ist im vorliegenden Fall aber geschehen („Jetzt bei uns...“).

Der Veranstalter war sich der Mischform des Sponsorhinweises bewusst und hatte versucht, die absatzfördernde, werbliche Aussage durch den Einsatz des Werbejingles als Werbung zu kennzeichnen. Auch wenn das gut gemeint war, widerspricht es den Bestimmungen zum Sponsoring.

Nach entsprechendem Hinweis durch die MA HSH hat der Veranstalter folgende gesetzeskonforme Lösung gefunden:

*„Der Alster Radio-Verkehr wurde präsentiert von Möbel XX.“*

- Werbejingle -  
*Jetzt bei Möbel XX die Null-Prozent-Finanzierung, 5 Jahre keine Zinsen, keine Anzahlung und keine Gebühren. Also, gleich auf zu Möbel XX (...).“*

Der Fall mag unspektakulär und die Regelungen spitzfindig erscheinen, zumal der Zuhörer die Unterschiede nur bei genauem Hinhören bemerkt. Aber im Sinne des Verbraucherschutzes und zur Wahrung der redaktionellen Unabhängigkeit des Programms ist die Einhaltung der Grenzen wichtig.

### INFORMATIONEN

Sponsoring stellt für Rundfunkveranstalter eine eigenständige Finanzierungsform neben den Werbeeinnahmen dar. Sponsoring ist jeder Beitrag einer natürlichen oder juristischen Person oder einer Personenvereinigung, die an Rundfunkaktivitäten 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. Bei Sendungen, die ganz oder teilweise gesponsert werden, muss zu Beginn oder am Ende der Sendung auf die Finanzierung durch den Sponsor in vertretbarer Kürze und in angemessener Weise deutlich hingewiesen werden. Der Hinweis auf den Sponsor darf nur den Zeitraum beanspruchen, der erforderlich ist, um den Hinweis auf die Fremdfinanzierung durch den Sponsor deutlich wahrzunehmen. In diesem Zusammenhang können neben oder anstelle des Namens des Sponsors auch der Produktname, die Marke, ein Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen genannt werden, was auch in Form eines erläuternden Zusatzes zulässig ist.