

ETIKETTENSCHWINDEL IM WERBEBLOCK

VERANSTALTER:

Sky Cinema HD

SENDUNG:

Werbespot

SENDEDATUM:

31. Mai 2014

*„Sechs Minuten Fahrerlebnis, fünf Fahr-
ebenen, drei Abfahrten, weltweit einzigar-
tig. Die steilste Abfahrt in einer Wildwas-
serbahn. Chiapas – Die Wasserbahn. Wir
fahren auch rückwärts. Chiapas – jetzt
im Phantasialand.“*

Hier lesen Sie den Text eines klassischen
Werbespots für einen Freizeitpark und
seine neueste Attraktion, ausgestrahlt
mitten in einem Werbeblock bei Sky
Cinema HD. Ein Werbespot in einem
Werbeblock? Dann ist doch alles okay,
oder? Eben nicht!

Der Werbespot wurde nämlich optisch
und akustisch als „Sky Action Tipp“
angekündigt. Dadurch ging das Publikum
davon aus, dass der laufende Werbe-
block beendet ist und ein redaktioneller
Programmteil folgt, nämlich ein von Sky
inhaltlich aufbereiteter Tipp zu einem
actiongeladenen Film oder Event. Tat-
sächlich folgte jedoch kein Programm:
Es folgte ein Werbespot. Es handelte sich
also um eine Art Etikettenschwindel.

Damit verletzte der Sender den Grund-
satz nach § 7 Abs. 3 Rundfunkstaats-
vertrag (RStV), wonach Werbung leicht
erkennbar und vom redaktionellen Inhalt
unterscheidbar sein muss. Deshalb
muss sie durch optische oder akustische
Mittel oder durch das Umfeld, in dem sie
ausgestrahlt wird, eindeutig von anderen
Sendungsteilen abgesetzt sein. Der Be-
ginn der Fernsehwerbung ist mit einem
Werbelogo anzukündigen, in dem das
Wort „Werbung“ enthalten ist.

Durch den Vorspann des Spots (groß-
formatige Einblendung und verbale
Ankündigung als „Sky Action Tipp“)
wähnte sich der Zuschauer aber wieder
im normalen Programm. Deshalb hätte
der folgende Phantasialand-Werbespot
mit einem Werbelogo angekündigt wer-
den müssen.

Gegen den Veranstalter wurde eine
förmliche Beanstandung ausgesprochen.

Dieser Fall ist übrigens nicht zu verwech-
seln mit redaktionell gestalteten Musik-
oder Kinotipps, wie sie mittlerweile fast

alle Sender ausstrahlen. Diese werden
ebenfalls als Programmbestandteil
angekündigt und gekennzeichnet (z.B.
Sender XY-CD-Tipp), enthalten aber
tatsächlich keine Werbung, sondern
journalistisch-redaktionell aufbereitete
Inhalte. Diese Tipps dürfen wegen der re-
daktionellen Inhalte nicht im Werbeblock
laufen. Die Veranstalter platzieren diese
Tipps deshalb meistens nach Beendi-
gung der Werbung.