

PM 05/09

MA HSH-Medienrat fordert klaren Rechtsrahmen für erlaubte Produktplatzierung

Norderstedt, den 2. April 2009 – Nachdem aus Presseberichten bekannt geworden war, dass die Rundfunkkommission der Länder bei der Umsetzung der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (AVD-RL) in deutsches Recht Produktplatzierung erlauben will, hat sich der Medienrat der MA HSH auf seiner gestrigen Sitzung mit dieser programmintegrierten Werbeform auseinandergesetzt. Für den Medienrat ist die Legalisierung von Produktplatzierungen nur dann akzeptabel, wenn die Anforderungen hieran klar definiert werden. So dürfe es in Kindersendungen mit Blick auf den Kinder- und Jugendschutz keine Produktplatzierungen geben. Auch müssten Produktplatzierungen in Sendungen mit Informationsanteilen ausgeschlossen und der Begriff der Sendungen „leichter Unterhaltung“ eindeutig definiert werden. Die Anforderungen an die erforderliche Kennzeichnung müssten klar festgelegt und dabei darauf geachtet werden, dass durch die Kennzeichnung selbst kein zusätzlicher werblicher Effekt eintritt.

Das Positionspapier zur Umsetzung der EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste in Bezug auf Produktplatzierungen hat folgenden Wortlaut:

Der Medienrat der MA HSH verbindet mit der von der Rundfunkkommission der Länder vorgesehenen Einführung von Produktplatzierung im Fernsehen nachfolgende Forderungen an deren Ausgestaltung:

1. Der Begriff „Produktplatzierung“ ist als jede Form audiovisueller kommerzieller Kommunikation zu definieren, die darin besteht, gegen Entgelt oder eine ähnliche Gegenleistung ein Produkt, eine Dienstleistung oder die entsprechende Marke einzubeziehen bzw. darauf Bezug zu nehmen, so dass diese innerhalb einer Sendung erscheinen.
2. Produktplatzierung in TV-Programmen und anderen audiovisuellen Mediendiensten darf nur in Kinofilmen, Filmen und Serien, Sportsendungen sowie Sendungen der leichten Unterhaltung möglich sein. In Kindersendungen müssen Produktplatzierungen ausgeschlossen bleiben. Dies gilt auch für unentgeltliche Produktplatzierungen.
3. Der Begriff „Sendungen leichter Unterhaltung“ ist im Rundfunkstaatsvertrag dahingehend zu konkretisieren, dass er sich nur auf Sendungen bezieht, die keine Informati-

onsbestandteile enthalten. In Infotainment- und Verbrauchersendungen sollen Produktplatzierungen nicht möglich sein.

4. Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, dürfen das betreffende Produkt nicht zu stark herausstellen. Eine Produktplatzierung darf nur erfolgen, wenn sie redaktionell gerechtfertigt ist. Dies ist der Fall, wenn das Produkt aus überwiegend programmlich-dramaturgischen Gründen in die Handlung oder den Ablauf integriert wird oder die Verwendung oder Darstellung des Produkts als Information zur Verdeutlichung des Inhalts der Sendung (d.h. der Story bzw. der Thematik) notwendig ist.
5. Bei Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, darf der Inhalt und ihr Programmplatz keinesfalls so beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des audiovisuellen Mediendiensteanbieters beeinträchtigt wird.
6. Sendungen, die Produktplatzierungen enthalten, dürfen nicht unmittelbar zu Kauf, Miete bzw. Pacht von Waren oder Dienstleistungen auffordern, insbesondere nicht durch spezielle verkaufsfördernde Hinweise auf diese Waren oder Dienstleistungen.
7. Die Zuschauer müssen eindeutig auf das Bestehen einer Produktplatzierung hingewiesen werden. Sendungen mit Produktplatzierung sind zu Beginn, am Ende sowie bei ihrer Fortsetzung nach einer Werbeunterbrechung angemessen zu kennzeichnen.
8. Im Rundfunkstaatsvertrag sollte klargestellt werden, dass bei dem Hinweis auf die Produktplatzierung das Produkt selbst und der Produktplatzierer nicht genannt werden dürfen. Die Details der Kennzeichnung sollte den Werberichtlinien der Landesmedienanstalten vorbehalten werden.

Bei Fragen zu dieser Pressemeldung wenden Sie sich bitte an die Medienanstalt Hamburg / Schleswig-Holstein (MA HSH), Pressesprecherin Claudia Neumann, Telefon 040 / 36 90 05-20, 0175/3 20 62 39, E-Mail neumann@ma-hsh.de. Weitere Informationen über die MA HSH sind unter www.ma-hsh.de verfügbar.