

Was Werbung im Radio darf: das Wichtigste zum Sponsoring

von **Gerhard Kriner** am **24. Mai 2016**

„Sponsoring ist Werbung“: So empfinden es die Hörer und so verkaufen es viele Radios auch den Werbekunden. Doch: „Sponsoring ist keine Werbung“, sagt der Gesetzgeber. Und darf entsprechend auch nicht werblich sein, so die Werbe- und Sponsoringbestimmungen im Rundfunkstaatsvertrag. Diese Konstellation sorgt natürlich für Probleme in der Werbeaufsicht. Mit den wichtigsten Informationen zum Sponsoring im Hörfunk setzen wir unseren Blogbeitrag zum Thema „Was Werbung im Radio darf“ vom 5. Januar fort.

Ein Klärungsversuch zum ‚Missverständnis Sponsoring‘:

Sponsoring ist keine Werbung

Sponsoring ist eine alternative Finanzierungsform für einzelne Sendungen. Die Grundidee ist folgende: Ein Sponsor beteiligt sich an der Finanzierung einer ganz konkreten Sendung und macht dies auch transparent.

Der Vorteil für den Sponsor: Er kann durch dieses öffentlich gemachte Engagement sein Image steigern. Der Vorteil für die Radiostation: Die Mitfinanzierung der Sendung durch einen Sponsor ermöglicht ganz besondere Serviceleistungen oder besonders gute und aufwändige Inhalte.

Sponsorhinweise sollen deshalb nur eine Nennung des Sponsors sein. Mit ihnen kann das Image des Sponsors gefördert werden, sie sind aber vom Gesetzgeber nicht dazu vorgesehen, Produkte oder Aktionen des Sponsors zu bewerben.

Was darf gesponsert werden?

Gesponsert werden darf alles außer Nachrichtensendungen, Zeitansagen und Werbung. Nachrichten können aus ethischen Gründen nicht gesponsert werden, Zeitansagen sind keine redaktionelle Leistung und Werbung ist an sich schon finanziert.

Zu beachten ist auch, dass der Sponsor keinen Einfluss auf den Inhalt einer Sendung nehmen darf, die er sponsert. Er darf sich also nicht selbst promoten, nicht dafür sorgen, dass seine Waren oder Dienstleistungen in der Sendung besprochen oder hervorgehoben werden.

Ganz wichtig ist: Das Programm muss gegenüber Sponsoren unabhängig bleiben.

Wer darf Sponsor sein?

Sponsoren darf grundsätzlich jeder, der auch werben darf. Dabei können nicht nur eine Marke oder ein Unternehmen als Sponsor auftreten, sondern auch ein bestimmtes Produkt und sogar der Verkäufer des Produkts. Sponsoren darf zum Beispiel das „Automodell X“ des „Autoherstellers Y“ vom „Autohaus Z“.

Eine Radiosendung kann von mehreren Sponsoren gesponsert werden. Umgekehrt können auch mehrere Sendungen von nur einem Sponsor gesponsert werden. Ein Sponsorhinweis kann deshalb sehr unterschiedlich lang sein.

Wie darf ein Sponsor auf sich hinweisen?

Im Sponsorhinweis muss der Sponsor deutlich machen, welche Sendung er mitfinanziert und er muss sagen, wer

er ist. Dazu muss er seinen Namen nennen und darf sich oder die von ihm angebotenen Produkte oder Dienstleistungen zusätzlich mit einem kurzen, erläuternden Zusatz beschreiben, der sein Image, sein Geschäftsmodell oder die Besonderheit seines Angebots auf den Punkt bringt.

Möglich ist dabei auch die Einbindung eines Soundlogos, die Nennung des Standortes und/oder der Internetadresse des Sponsors.

Nicht möglich sind hingegen absatzfördernde Aussagen, zum Beispiel mit Superlativen („tollste“, „beste“, „größte“, etc.). Oder die Bewerbung von Aktionen und besonderen Angeboten („Räumungsverkauf“, „Sonderaktion“, „Frühjahrsangebot“) sowie Aufforderungen, ein Produkt zu kaufen oder eine Dienstleistung in Anspruch zu nehmen („Holt Euch“, „Schaut vorbei“).

Wann darf ein Sponsorhinweis ausgestrahlt werden?

Da Sponsoring die Mitfinanzierung einer konkreten Sendung ist, muss der Sponsorhinweis auch im Zusammenhang mit dieser Sendung ausgestrahlt werden. Dies kann am Anfang der Sendung, am Ende der Sendung oder am Anfang und am Ende der Sendung erfolgen.

Weitere Sponsorhinweise können vor und nach jeder Werbeunterbrechung der betroffenen Sendung gesendet werden. Auch bei Programmhinweisen auf Sendungen, die gesponsert werden, darf der Sponsor genannt werden.

Eine Sonderform bildet das Titelsponsoring: Dabei kann der Name des Sponsors in den Titel der Sendung eingebunden und immer dann genannt werden, wenn vom Moderator den Namen der Sendung nennt. Zusätzliche Hinweise auf den Sponsor in Form „normaler“ Sponsorhinweise sind dann aber nicht mehr möglich.

Infos zum Nachlesen

Hier sind die Werbe- und Sponsoringbestimmungen im Medienstaatsvertrag zu finden. Außerdem haben die Landesmedienanstalten eine Werbesatzung zum Hörfunk beschlossen, in der es in Ziffer 14 ebenfalls um das Sponsoring geht. Die Erläuterung zur Werbesatzung enthält nähere Hinweise zu den Sponsoring-Bestimmungen.

Foto (1): Fotolia.com