Sponsoringarten

Programmsponsoring: Sponsoren profitieren von Exklusivität und Zuschauerakzeptanz!

Als **Programmsponsoring** (auch: Presenting) bezeichnet man das Sponsoring von Sendungen im Fernsehen und Radio.

Beim Programmsponsoring wird auf den Sponsor in Wort, Text und Bild im Vor- und Nachspann einer Sendung sowie ggf. vor und nach einer Unterbrechung durch einen Werbeblock hingewiesen.

Rechtsgrundlage für das Programmsponsoring ist der Medienstaatsvertrag.

In § 10 I – VI des Rundfunkstaatsvertrages ist geregelt:

- Bei Sendungen, die ganz oder teilweise gesponsert werden, muss zu Beginn oder am Ende auf die Finanzierung durch den Sponsor in vertretbarer Kürze (in vertretbarer Kürze bedeutet maximal 7 Sekunden) und in angemessener Weise deutlich hingewiesen werden (dies erreicht man durch Formulierungen, wie „präsentiert von“ oder „unterstützt von“); der Hinweis ist in diesem Rahmen auch durch Bewegtbild möglich. Neben oder anstelle des Namens des Sponsors kann auch dessen Firmenemblem oder eine Marke, ein anderes Symbol des Sponsors, ein Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen eingeblendet werden.
- Inhalt und Programmplatz einer gesponserten Sendung dürfen vom Sponsor nicht in der Weise beeinflusst werden, dass die redaktionelle Verantwortung und Unabhängigkeit des Rundfunkveranstalters beeinträchtigt werden.
- Gesponserte Sendungen dürfen nicht zum Verkauf, zum Kauf oder zur Miete oder Pacht von Erzeugnissen oder Dienstleistungen des Sponsors oder eines Dritten, vor allem durch entsprechende besondere Hinweise, anregen.
- Sendungen dürfen nicht von Unternehmen gesponsert werden, deren Haupttätigkeit die Herstellung oder der Verkauf von Zigaretten und anderen Tabakerzeugnissen ist.
- Beim Sponsoring von Sendungen durch Unternehmen, deren Tätigkeit die Herstellung oder den Verkauf von Arzneimitteln und medizinischen Behandlungen umfasst, darf für den Namen oder das Image des Unternehmens gesponsert werden, nicht jedoch für bestimmte Arzneimittel oder medizinische Behandlungen, die nur auf ärztliche Verordnung erhältlich sind.
- Nachrichtensendungen und Sendungen zur politischen Information dürfen nicht gesponsert werden. In Kindersendungen und Sendungen religiösen Inhalts ist das zeigen von Sponsorenlogos untersagt.

Seit In-Kraft-Treten des 15. Rundfunkänderungsstaatsvertrages am 1. Januar 2013 ist das Sponsoring nach 20.00 Uhr sowie an Sonntagen und im ganzen Bundesgebiet anerkannten Feiertagen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk nicht mehr möglich. Davon ausgenommen ist das Sponsoring von TV-Übertragungen von sportlichen Großereignissen wie einer Fußball-WM oder den Olympischen Spielen.

Was macht den Reiz von Programmsponsoring aus?

- Die Alleinstellung (Exklusivität) des Sponsors
- Programmsponsoren erzielen hohe Aufmerksamkeitswerte
- Dadurch ist die Chance groß, dass sich der Bekanntheitsgrad des Programmsponsors positiv entwickelt
- Programmsponsoring hat eine hohe Zuschauerakzeptanz
- Der Programmsponsor profitiert vom positiven Image der von ihm gesponserten Sendung