

EU-Fernseh-Richtlinie

Schleichwerbung darf nicht legalisiert werden

Mit großer Mehrheit nahm der DJV-Verbandstag in Weimar eine Resolution „Gegen Kommerzialisierung und sachfremde Einwirkungen auf den Journalismus“ an, die der DJV-Landesverband Baden-Württemberg beantragt hatte. Darin fordert der DJV Medienunternehmer und die verantwortlichen Redakteurinnen und Redakteure in allen Medien auf, das Trennungsgebot zwischen redaktionellen Inhalten und Werbeinhalten strikt zu beachten:

„Die Verantwortung der Medien gegenüber den Bürgerinnen und Bürgern gebietet es, dass redaktionelle Inhalte nicht durch private oder geschäftliche Interessen Dritter beeinflusst werden können (Ziffer 7 Pressekodex). Deshalb müssen Medienunternehmer und Redaktionen jegliche, insbesondere wirtschaftlich motivierte Einflussnahmen unterbinden. Sie müssen für die Mediennutzer nicht erkennbare Schleichwerbung, Productplacement und einseitig anpreisende redaktionelle Berichterstattung über Produkte und Unternehmen unterlassen. Sie dürfen redaktionelle Berichterstattung nicht von der Zahlung von Berichterstattungskosten wie Produktionskostenzuschüssen oder ähnlichem abhängig machen.

1. Der DJV fordert die Landesgesetzgeber auf, das Verbot der Verquickung von redaktioneller Berichterstattung und Werbung in den Landespressegesetzen über das Gebot der Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichungen hinaus darauf auszudehnen, dass Verleger und verantwortlicher Redakteur aus Anlass oder im Zusammenhang mit redaktioneller Berichterstattung ein Entgelt weder annehmen noch fordern darf (so die Regelung zum Beispiel im brandenburgischen und sächsischen Pressegesetz).
2. Der DJV fordert die Länder auf, den Rundfunkstaatsvertrag in folgenden Punkten zu ändern:
 - Verstöße gegen das in § 7 Absatz 6 Satz 1 geregelte Verbot der Schleichwerbung werden künftig als Ordnungswidrigkeiten verfolgt.

- Die Regelungen zum Sponsoring in § 8 müssen wieder verschärft werden. Künftig sollte nur noch der Name des Sponsors eingeblendet werden dürfen, nicht mehr jedoch eine Marke oder ein Produkt des Sponsors. Bewegtbilder sollten nicht mehr erlaubt werden.
 - Werbebotschaften an Personen bei jeglichen Sendungen im Fernsehen, insbesondere bei Interviewgästen oder bei Sportübertragungen, werden verboten. Gegebenenfalls müssen die Landesmediengesetze und der Mediendienste-Staatsvertrag für Online-Medien entsprechend geändert werden.
3. Der DJV fordert die ARD-Anstalten auf, ein effektives Kontrollsystem unter Einbeziehung ihrer Aufsichtsgremien einzurichten. Es soll die Werbebestimmungen im Rundfunkstaatsvertrag und die ARD-Richtlinien für die Werbung, zur Durchführung der Trennung von Werbung und Programm und für das Sponsoring überwachen. Ein Sanktionenkatalog bei Verstößen ist einzuführen. Gleiches gilt für das ZDF.
 4. Der DJV fordert die Landesmedienanstalten auf, den privaten Rundfunk stärker hinsichtlich Verstößen gegen die Werbevorschriften im Rundfunkstaatsvertrag und den Landesmediengesetzen zu überprüfen. Das gilt ebenso für die Überwachung der Gemeinsamen Richtlinien zur Durchführung der Trennung von Werbung und Programm und für das Sponsoring. Verstöße sind zu sanktionieren.

Der DJV lehnt die Pläne der EU-Kommission entschieden ab, im Zuge der neuen EU-Fernseh-Richtlinie Schleichwerbung zu legalisieren.