



## VERHALTENSKODEX PRODUKTPLATZIERUNG

### Präambel

Die betroffenen Rundfunkveranstalter im Verband Privater Rundfunk und Telemedien e. V. (nachfolgend „Veranstalter“ genannt),

die Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen (nachfolgend „Produzenten“ genannt), sowie

die im Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) e.V. organisierten betroffenen Branchen der werbungtreibenden Wirtschaft

bekennen sich bei der Umsetzung von Produktplatzierungen zu den nachstehend aufgeführten Verhaltensregeln.

Dieser Verhaltenskodex gilt für die entgeltliche Erwähnung oder Darstellung von Produkten im Sinne des Rundfunkstaatsvertrages und der Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste (2007/65/EG) bei vom Veranstalter selbst in Deutschland produzierten oder in Auftrag gegebenen Rundfunksendungen.

### Artikel 1: Zulässige Programmgenres

Produktplatzierung ist nur in den ausdrücklich genannten Programmgenres möglich:

- Kinofilme, Filme und Serien
- Sendungen der leichten Unterhaltung
- Sportsendungen

Es wird klargestellt, dass Produktplatzierung in Nachrichtensendungen, Sendungen zum politischen Zeitgeschehen, Gottesdiensten oder in Sendungen für Kinder unzulässig ist.

### Artikel 2: Kennzeichnung und Transparenz

Jede Produktplatzierung ist gemäß der geltenden Bestimmungen kenntlich zu machen. Zu diesem Zweck ist vertraglich sicherzustellen, dass der Produzent dem Veranstalter, der die Vereinbarung zur Produktplatzierung geschlossen hat, rechtzeitig sämtliche tatsächlich umgesetzten Produktplatzierungen anzeigt.

Darüber hinaus ist gegenseitige Transparenz bezüglich Zahlungen Dritter für Produktplatzierungen herzustellen, wenn und soweit dies zwischen Produzent und Veranstalter einzelvertraglich vereinbart ist.

### **Artikel 3: Inhaltliche Priorität und Unabhängigkeit**

Als grundlegendes Verständnis gilt die Maßgabe, dass Produktplatzierungen nur in einer mit den redaktionellen Vorgaben zu vereinbarenden Weise in die Handlung oder das Geschehen eingebunden werden und die kreative, inhaltliche Arbeit der Produzenten und Redaktionen des Veranstalters unabhängig von möglichen Produktplatzierungen gestaltet wird.

### **Artikel 4: Redaktionelle Verantwortung**

Die Rundfunk- und Meinungsfreiheit darf durch Produktplatzierungen nicht beeinträchtigt werden. Veranstalter und Produzenten dürfen zur Wahrung ihrer redaktionellen Verantwortung nicht dahingehend beeinflusst werden, Produktplatzierungen – auch für Genres, in denen Produktplatzierungen ausdrücklich gesetzlich gestattet sind – zu dulden.

### **Artikel 5: Trennung inhaltlicher und wirtschaftlicher Aktivitäten**

Programme werden von Produzenten und Redaktionen des Veranstalters (nachfolgend „Programmentwickler“ genannt) entwickelt. Der nachstehend beschriebene Prozess der Programmentstehung soll die Unabhängigkeit durch die Trennung redaktioneller und werblicher Aktivitäten garantieren.

Die Erwähnung oder Darstellung von Produktplatzierungen soll ausschließlich von den Programmentwicklern nach Fertigstellung der inhaltlichen Grundlage (z.B. Konzept, Drehbuch) unter Berücksichtigung der redaktionellen Vereinbarkeit umgesetzt werden.

Produktplatzierungen können nicht ohne Rücksicht auf die redaktionelle Vereinbarkeit akquiriert werden.

## **Artikel 6: Schritte der Programmerstellung**

1. Inhaltliche Grundlagen (z.B. Konzept, Drehbuch) und Produktionsbudget liegen vor.
2. Anschließend werden Möglichkeiten für Produktplatzierungen durch die Programmentwickler unter Federführung der Redaktion des Veranstalters bestimmt.
3. Vorschläge für Produktplatzierungen sind anschließend von Seiten des Produzenten und des Veranstalters in jedem Einzelfall zu prüfen. Näheres findet sich in den jeweiligen vertraglichen Regelungen zwischen Veranstalter und Produzent.
4. Die Platzierung der von Seiten des Produzenten und des Veranstalters genehmigten Produkte wird durch den jeweiligen Produzenten in Abstimmung mit den Redaktionen des Veranstalters vorgenommen. Zur Wahrung der inhaltlichen Unabhängigkeit ist sicherzustellen, dass die Programmentwickler keine vom Veranstalter nicht genehmigten Zahlungen oder geldwerten Leistungen von Werbetreibenden oder sonstigen Dritten annehmen und insbesondere der Produzent keine Weisungen oder Vorgaben von Seiten Werbetreibender erhält oder vom Veranstalter nicht genehmigte Absprachen mit Werbetreibenden trifft. Die Einbindung hat stets dem Grundsatz der redaktionellen Vereinbarkeit zu folgen. Versuche unlauterer Einflussnahmen sind dem Veranstalter anzuzeigen.
5. Die Letztentscheidung über die Einbindung einer Produktplatzierung obliegt dem Veranstalter im Rahmen seiner alleinigen und uneingeschränkten Verantwortung für das Programm.

## **Artikel 7: Evaluierung**

Die durch den Kodex Betroffenen werden eine regelmäßige Evaluierung der aufgeführten Verhaltensregeln erörtern.