

Werbegrundsätze der SRG SSR für Produktionen und Übertragungen von Sportveranstaltungen in der Schweiz

Einleitung

Nachfolgend werden die Grundsätze festgehalten, welche für jegliche Art und Form von Werbung in Stadien, Arenen und Wettkampfgeländen von Sportveranstaltungen in der Schweiz bei Produktionen und Übertragungen durch die SRG SSR idée suisse sowie in Studios und Programmen der einzelnen Unternehmenseinheiten der SRG SSR gelten.

Diese Grundsätze sind von der Geschäftsleitung der SRG SSR beschlossen worden und für die ganze SRG SSR (inklusive Tochtergesellschaften) verbindlich. Sie sind elementarer Bestandteil der Verträge und Vereinbarungen der SRG SSR mit Veranstaltern und Partnern im Bereich Sport in der ganzen Schweiz und, ergänzend zu den einschlägigen Werbebestimmungen der Schweizer Gesetzgebung und der geltenden Satzungen, Statuten und Regularien der entsprechenden nationalen und internationalen Verbände, zwingend einzuhalten.

Die Gültigkeit erstreckt sich auf alle Verträge bzw. Vertragspartner in der Schweiz, mit Ausnahme von internationalen, übergeordneten Gesamtverträgen ohne Einflussmöglichkeit der SRG SSR.

Ausnahmen von den Werbegrundsätzen können nur durch die Geschäftsleitung der SRG SSR beschlossen werden.

Im Falle von Änderungen der gesetzlichen Vorschriften oder der rechtlichen Praxis können diese Grundsätze angepasst werden.

1. Werbung vor Ort (Stadion, Arena, Wettkampfgelände etc.)

1.1 Generelles/Qualitätssicherung

Die Werbung darf auf keinen Fall die Qualität der Übertragung beeinträchtigen (z.B. fluoreszierende Farben, leuchtende oder animierte Reklameschriften, Laserwerbung etc.) und die vollständige und ästhetische Bildweitergabe des zu übertragenden Ereignisses nicht stören. In jedem Fall geniessen die Positionen der Kameras (und die übrige Produktionsinfrastruktur inkl. –personal) sowie deren ungehinderte Optik auf das Geschehen auf und neben dem Spielfeld absolute Priorität.

1.2 Keine Sichtbehinderung durch Werbung

Zwischen den Kameras und dem zu übertragenden Ereignis darf sich keine Werbung, in welcher Form auch immer, befinden.

Im Innenraum (bis Beginn der Zuschauerränge) der Stadien, Arenen und Wettkampfgelände sind maximal zwei Reihen mit Werbetafeln (auch in Form von Drehbändern) erlaubt. Nicht erlaubt ist die Verwendung von sich verändernden Bändern (wie z.B. elektronische, LCD-, Video-Bänder, etc.).

Die Höhe einer Bande(nreihe) ist grundsätzlich auf maximal 100 cm begrenzt. Die Schriftgrösse darf 80 cm nicht übersteigen. Ausnahme: Bei Tennisveranstaltungen sind auf beiden Stirnseiten (aus funktionellen Gründen) Bänder von ca. 350 cm Höhe erlaubt – dafür ist hier lediglich eine Bänderreihe gestattet.

1.3 Hindernisse

Die SRG SSR erlaubt grundsätzlich Werbung auf maximal fünf Hindernissen pro Veranstaltung, Wettbewerb bzw. Prüfung (inkl. Hindernis der SRG SSR, wenn ein solches vertraglich vereinbart ist). Erlaubt sind lediglich identifizierende Farbgebung und ein Firmenlogo. Nicht gestattet sind insbesondere Darstellungen von Produkten auf den Hindernissen oder durch Formgebung.

1.4 Akustische Werbung

Während der Übertragung darf keine akustische Werbung verbreitet werden.

1.5 Inhalt der Werbung

Slogans auf den Werbeträgern sind nicht gestattet. Grundsätzlich ist nur der Name eines Produkts und/oder einer Herstellerfirma erlaubt. In Ausnahmefällen muss eine schriftliche Bewilligung der SRG SSR eingeholt werden.

Nicht erlaubt ist jegliche Werbung, welche gegen die guten Sitten verstösst, sowie politische und religiöse Werbung.

Der Anteil (leichter) Alkoholika- und Nikotinwerbung darf insgesamt 15% der Gesamtwerbefläche nicht übersteigen.

Bei Werbung für Heilmittel sind die einschlägigen gesetzlichen Vorschriften zu beachten.

1.6 Werbung für Fernsehunternehmen

Im Blickfeld der Kameras ist Werbung für andere Schweizer Fernsehveranstalter und/oder -produzenten grundsätzlich untersagt. Ausnahmen können durch die Business Unit Sport bewilligt werden, wenn neben der SRG SSR auch andere TV-Unternehmen an der Produktion beteiligt sind.

1.7 Interviewwände

Die SRG SSR geht keine Verpflichtungen ein, Interviews vor Interviewwänden (oder anderen Formen von Hintergründen mit Werbeaufschriften) durchzuführen.

Interviewwände (oder andere Formen von Hintergründen mit Werbeaufschriften) sind nur bei Veranstaltungen, die von der SRG SSR live produziert und als eigene, gesponserte Sendung übertragen werden, gestattet. Auf einer Interviewwand dürfen nur das Logo des Veranstalters, der SRG SSR sowie der TV-Sponsoren angebracht sein.

1.8 Gegenständliche Werbung

Gegenständliche Werbeobjekte (Autos, große Plastikobjekte etc.) dürfen nicht zwischen Banden und Spielfeld bzw. innerhalb der abgesperrten oder begrenzten Piste oder Strecke aufgestellt sein. Sie dürfen in jedem Fall die Produktion bzw. Ausstrahlung nicht beeinträchtigen und sich insbesondere nicht permanent im Bild befinden.

1.9 Hallenboden/Spielfeld

Für Veranstaltungen auf (Hallen-)Böden bzw. Spielfeldern bzw. Gelände, welche für das Anbringen von Werbeflächen geeignet sind, dürfen grundsätzlich nur Werbeflächen auf dem Boden bzw. Spielfeld bzw. Gelände angebracht werden, wenn dies speziell mit der SRG SSR geregelt ist (z.B. im Rahmenvertrag oder in einem Protocole d'Accord).

1.10 Unterscheidung

Die Veranstalter müssen dafür Sorge tragen, dass das Geschehen der Veranstaltungen in Stadion, Arena oder Wettkampfgelände klar zu erkennen ist und die Athleten, Teilnehmer und Mannschaften bzw. Sportgeräte Kleidung bzw. Farben tragen, dass auch bei TV-Empfang in schwarz/weiss eine deutliche Unterscheidung sichergestellt ist.

2. Werbung im Programm (bei Übertragungen auf Sendern der SRG SSR)

2.1 Verbale Nennung

Die SRG SSR geht keine Verpflichtungen ein, werbende Beziehungen von Veranstaltern (Bezeichnungen von Werbepartnern oder Sponsoren der Veranstalter, Teilnehmer oder Arenen) in Moderation und Kommentar (verbale Nennung) zu übernehmen. Journalisten der SRG SSR dürfen durch Sponsoringverträge nicht verpflichtet werden, Firmen oder Produkte im redaktionellen Teil des Programms zu nennen.

Die redaktionellen Vorschriften für die verbale Nennung von Werbepartnern oder Sponsoren der Veranstalter, Teilnehmer oder Arenen sind Sache der einzelnen Unternehmenseinheiten. Sie legen die konkrete Umsetzung selbstständig fest. Dabei müssen die journalistische Freiheit, die ethischen Grundsätze des Journalismus sowie die Gleichbehandlung berücksichtigt werden.

2.2 Darstellung/Visualisierung

Die SRG SSR geht keine Verpflichtungen ein, werbende Beziehungen von Veranstaltern (Bezeichnungen von Werbepartnern oder Sponsoren der Veranstalter, Teilnehmer oder Arenen) darzustellen und zu visualisieren, d. h. im Bild (inklusive Grafiken, Resultattafeln, Screens etc.) zu übernehmen.

2.3 Titelsponsor („Naming Rights“)

Grundsätzlich kann in den Sendungen der SRG SSR der Titel-Sponsor eines Veranstalters (sog. „Naming Rights“) in Grafiken erscheinen, wenn er zugleich TV-Sponsor dieser Sendung ist. Der Sponsor wird grundsätzlich als integrierter Bestandteil des Veranstalter-Logos (in Standard-Schrift analog der Schrift der Veranstaltung) und nicht in Form eines eigenständigen Sponsoren-Logos dargestellt. Erlaubt ist grundsätzlich nur die Visualisierung des Titelsponsors der Veranstaltung, nicht der Sponsoren von einzelnen Teilnehmern (Einzelsportler, Mannschaften etc.) an den Veranstaltungen.

2.4 Werbung auf Kleidung

Werbung auf Kleidung und Accessoires von Studio- bzw. Interviewgästen hat dezent und diskret zu erfolgen und darf die Aufzeichnung bzw. Ausstrahlung nicht beeinträchtigen.

2.5 Virtuelle Werbung

Auf den Sendern der SRG SSR ist jegliche virtuelle Werbung, d.h. die Veränderung des Signals zu werbenden Zwecken, untersagt.

2.6 Wasserzeichen

Bei sogenannten Wasserzeichen wird das Logo eines Veranstalters oder einer Veranstaltung (mit oder ohne Werbezusatz) auf das Signal geprägt bzw. eingebrennt. Solche Wasserzeichen sind nicht gestattet.

3. GetUps

3.1 Spezielle Werbeform

GetUps (auch 3D-CamCarpets genannt) sind Werbeteppiche, welche auf den Boden von Stadion, Arena oder Wettkampfgelände gelegt werden und im Fernsehbild werbewirksam werden, indem ein 3D-Effekt durch das Zusammenspiel mit der Kamera (der Winkel muss genau ausgemessen und justiert werden) entsteht. Die GetUps sind deshalb nur für den TV-Zuschauer, nicht aber für den Stadion-Zuschauer, erkenn- bzw. lesbar. Insofern sind GetUps eine spezielle Form zwischen Werbung vor Ort und Werbung im Programm und werden deshalb nachfolgend separat behandelt.

3.2 Zulässigkeit

GetUps sind ausschliesslich zugelassen bei Live-Übertragungen vertragsgegenständlicher Veranstaltungen. Bei Veranstaltungen, die von der SRG SSR live produziert und übertragen werden, dürfen nur Unternehmen auf GetUps werben, die für das gleiche Spiel mit der SRG SSR bzw. ihren Unternehmens-einheiten eine TV-Sponsoringvereinbarung abgeschlossen haben.

3.3 Masse und Form

Die Masse der GetUps werden beschränkt auf 5m Breite und 1m Höhe. Gemessen werden die Breite und Höhe der GetUps, wie sie am Bildschirm (mit 3D-Effekt) erscheinen. Die GetUps dürfen nur als rechteckige Fläche erscheinen. Insbesondere untersagt sind spezielle Konturen an den Rändern sowie Sockel. Werden während einem Spiel mehrere GetUps verwendet, dürfen höchstens zwei verschiedene Typen (mit verschiedenen Aufschriften und/oder Designs) verwendet werden. Die jeweils gleichen Typen müssen in Grösse, Form, Aufschrift und Design identisch sein – erlaubt ist pro Typus die einmalige Verwendung des Logo eines Unternehmens.

3.4 Platzierung

Erlaubt sind je ein GetUp links und rechts neben den beiden Toren (also insgesamt maximal vier GetUps), mindestens 5 m vom Torpfosten und mindestens 2 m vom Spielfeldrand entfernt. Können diese Masse in einem Stadion aus infrastrukturellen Gründen nicht eingehalten werden, muss eine Ausnahmegewilligung bei der Business Unit Sport beantragt werden. Bei Spielen ohne Tore ist diese Klausel analog anzuwenden.

ab/jb/BUS/11.07.05