

Schleichwerbung

auch: *getarnte Werbung, Schmuggelwerbung*

Die Erwähnung oder Darstellung von Waren, Dienstleistungen, Namen, Marken oder Tätigkeiten eines Herstellers von Waren oder eines Erbringers von Dienstleistungen im Programm zu Werbezwecken gilt allgemein als *Werbung*. Unter *Schleichwerbung* versteht man entsprechend Formen der getarnten Werbung, ohne dass man sie auf Anhieb erkennen könnte oder überhaupt den werblichen Charakter der Botschaft übersehen würde. Schleichwerbung besteht insbesondere in dem Versuch, das hohe Ansehen des redaktionell gestalteten Teils der Medien werblich auszubeuten, indem man z.B. in Form von redaktionell gestalteten Anzeigen oder auch unzulässigen redaktionellen Hinweisen oder redaktionellen Zugaben Wirtschaftswerbung zu betreiben versucht. Schleichwerbung ist nach den Grundsätzen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) oder auch des Rundfunkstaatsvertrags unzulässig, weil jede Werbemaßnahme so beschaffen sein muss, dass ihr werbender Charakter von den Angesprochenen erkannt werden kann.

Gesetze und Richtlinien: Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). – Richtlinie der EG-Kommission über das Fernsehen als Schleichwerbung. – Europäisches Übereinkommen über grenzüberschreitendes Fernsehen. – Staatsvertrag über den Rundfunk im vereinten Deutschland. – ARD-Richtlinien für die Werbung. – Werberichtlinien der Landesmedienanstalten (1993).

Referenzen

[Product Placement; programming](#)

From:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/> - **Das Lexikon der Filmbegriffe**

Permanent link:

<http://filmlexikon.uni-kiel.de/doku.php/s:schleichwerbung-963>

Last update: **2012/10/13 17:43**

