

A N T R A G

- der Abg. **Dietrich Rusche, Roland Heintze, Barbara Ahrons, Michael Fuchs, Olaf Ohlsen (CDU) und Fraktion**
- der Abg. **Farid Müller, Katja Husen, Christa Goetsch, Dr. Willfried Maier, Dr. Till Steffen (GAL) und Fraktion**
- der Abg. **Uwe Grund, Ingo Egloff, Gesine Dräger, Thomas Böwer, Hans-Christoff Dees, Karin Timmermann (SPD) und Fraktion**

Betr.: Maßnahmen gegen Schleichwerbung im Fernsehen verstärken

In den letzten Monaten wurden erhebliche Verstöße gegen das Verbot der Schleichwerbung bekannt. Allein in der Vorabendserie „Marienhof“ wurden 117 Fälle von Product- und Themenplacement bekannt. Dazu kamen weitere Fälle in den Serien „Sachsenklinik“ und „In aller Freundschaft“. Sogar im „Tatort“ ist es zu zahlreichen Fällen von Schleichwerbung gekommen. Studio Hamburg hat erfreulicherweise umgehend reagiert und in diesem Zusammenhang einen Produzenten entlassen. Insbesondere ARD-Produktionsfirmen wie die Bavaria sind in diese Schleichwerbungsverstöße verwickelt. Inzwischen wurden der Bavaria Geschäftsführer und Chefproduzent entlassen. In der Sportberichterstattung des MDR und des Hessischen Rundfunks ist es zu höchst bedenklichen Fällen von Untreue gekommen. Die beteiligten Sportchefs sind entlassen, die Staatsanwaltschaft ermittelt.

Die ebenso bei SAT 1 bekannt gewordenen Fälle von Schleichwerbung zeigen, dass es sich sowohl im öffentlich-rechtlichen als auch im privaten Fernsehen um eine organisierte Struktur von Schleichwerbung handelt. Und damit um ein Systemversagen der bisherigen Kontrollmechanismen.

Die jetzt beschlossenen Maßnahmen, wie eine Präzisierung der Produktionsverträge sowie genaue Vorschriften über die Bereitstellung so genannter Produktionshilfen Dritter, sind zu begrüßen. Die Einführung einer internen Programmebeobachtung, also einer eigenen Kontrollstelle gegen Schleichwerbung, kann allerdings keine abschließende Antwort auf die Vorfälle bedeuten.

**Die Bürgerschaft möge beschließen:
Der Senat wird aufgefordert,**

1. gemeinsam mit den anderen Ländern zu prüfen, inwieweit die bisherige getrennte Kontrolle durch die Rundfunk- und Fernseh- bzw. Hörfunkräte und Landesmedienanstalten verbessert werden kann; es wird in diesem Zusammenhang begrüßt, dass Hamburg dieses Thema bereits zur Diskussion in der Rundfunkkommission der Länder angemeldet hat.
2. sich im Rahmen der anstehenden Novellierung der EU-Fernsehrichtlinie gegen ein weitgehende Freigabe von so genannten Produktbeistellungen (Product Placements) einzusetzen. Der Grundsatz der Trennung von redaktionellem Programm und Werbung soll erhalten bleiben.
3. zu prüfen, ob und inwieweit eine differenzierte Hinweispflicht in geeigneter Form auf etwaige Produktbeistellungen in Programmen Sinn macht, um wenigstens eine nachträgliche Transparenz für die Öffentlichkeit herzustellen.
4. gemeinsam mit den anderen Ländern zu prüfen, ob die bestehenden Bußgeldandrohungen von bis zu 500.000 Euro für private Veranstalter bei Verstößen gegen das Verbot der Schleichwerbung auch auf den öffentlich-rechtlichen Rundfunk angewendet werden sollen. Dabei wäre sicher zu stellen, dass sich Bußgelder nicht gebührensteigernd auswirken dürfen.