

"Pick up" Kekse - Produktplatzierung im Dschungelcamp

Dass man Markenprodukte in Fernsehsendungen sieht ist nichts Ungewöhnliches. Immer mal wieder schleichen sich gewollt bekannte oder auch neue Produkte ein - meistens Produkte aus dem Lebensmittelbereich. Liegen gewisse Voraussetzungen vor, ist die sog. Produktplatzierung auch erlaubt. Ob die Grenze zur unzulässigen Produktplatzierung überschritten wurde, hatte das Verwaltungsgericht Hannover wegen Pick Up Keksen im RTL Dschungelcamp zu entscheiden.

In einer im Jahr 2014 von RTL ausgestrahlten Folge der Fernsehreihe "Ich bin ein Star - Holt mich hier raus", besser bekannt als das "Dschungelcamp", bekam der Zuschauer in einer ca. eineinhalb Minuten dauernden Sequenz zu sehen, wie den Teilnehmern der Sendung als Belohnung für eine erfolgreich absolvierte Prüfung eine Metallkiste, gefüllt mit einer Großpackung Leibniz "Pick up"-Kekse, überlassen wurde.



Die Packung wurde sichtbar in die Höhe gehalten und die Dschungelbewohner reagierten mit Jubel. Zudem wurden einzelne Teilnehmer gezeigt, die den Schokokeks lustvoll verzehrten und sich bezüglich des Produkts zu einem späteren Zeitpunkt in der Interviewkabine lobend äußerten. Unter anderem fielen Kommentare wie "Das hat wirklich alles: Karamell, Schokolade und Keks. Was will man mehr?" oder "Das ist eine Geschmacksbombe".

Die Niedersächsische Landesmedienanstalt (NLM) beanstandete die Sequenz. Sie sieht darin eine unzulässige Hervorhebung des Produkts.

Gegen die erlassene Beanstandungsverfügung setzte sich der Privatsender RTL mit einer Klage vor dem VG Hannover zur Wehr.

Entscheidung des Gerichts zu Pick Up im Dschungelcamp

Die Klage blieb jedoch ohne Erfolg. Im Urteil vom 18.02.2016 - Az. 7 A 13293/15 ([Pressemitteilung](#)) bejahte das VG Hannover einen Verstoß gegen den Rundfunkstaatsvertrag und bestätigte damit die Auffassung der NLM.

Danach darf bei einer Produktplatzierung das Produkt nicht zu stark herausgestellt werden. Die Grenze zur unzulässigen Produktplatzierung wurde hier nach Ansicht des Gerichts überschritten.

Zwar hielten sich die ersten Szenen der Produktplatzierung noch im Rahmen des Zulässigen, denn der programmatisch-dramaturgische Zusammenhang sei nach Auffassung der Richter noch gewahrt gewesen. Die Äußerungen der einzelnen Kandidaten zum Produkt in der Interviewkabine seien jedoch übertriebene verbale Lobpreisungen des Produkts, die erst nach Abschluss des eigentlichen Handlungsstrangs erfolgten. Das Produkt wurde dadurch zu stark hervorgehoben, der Werbezweck habe dominiert.

Fazit

Produktplatzierung im Rundfunk ist generell unzulässig. Aber auch wenn ausnahmsweise bei "Sendungen der leichten Unterhaltung" eine Produktplatzierung zulässig ist, ist darauf zu achten, dass das Produkt nicht zu stark hervorgehoben wird.