



Richtlinien zur Ausstrahlung von TV-Werbespots, die Erotikangebote beinhalten

(Gültig für Telefonmehrwertdienste mit in- oder ausländischen Telefonnummern sowie Internetadressen und Teletext)

Stand: April 2008

1. Entgeltregelung

In der Fernsehwerbung müssen die Tarifangaben gut lesbar, gut sichtbar und während der Dauer der Einblendung der Rufnummer dargestellt sein. Sie müssen unmittelbar bei der Nummer stehen.

Bei flexiblen Preisen oder bei Bewerbung von verschiedenen Angeboten muss immer auf den höchsten Tarif hingewiesen werden. Ist der beworbene Dienst ein Datendienst und hängt der Preis für dessen Inanspruchnahme vom Umfang der übermittelten Daten ab, ist soweit möglich der Umfang der übermittelten Daten anzugeben.

Die Preisangabe erfolgt in Euro (oder der entsprechenden Landeswährung) aus dem deutschen Festnetz und muss im Minutentakt abgerechnet werden, bzw. pro SMS. Es muss zudem ein Hinweis auf die Möglichkeit abweichender Preise für Anrufe aus den Mobilfunknetzen erteilt werden. Ein solcher Hinweis kann wie folgt gestaltet sein:

„xxxxxxxxxx (€ xxxxxxxx pro Minute aus dem deutschen Festnetz / Mobilfunkpreise können abweichen)“

Preisangaben und Preisansagen werden nunmehr im TKG geregelt. Der TK – Netzbetreiber hat bei Anrufen aus dem deutschen Festnetz heraus vor Beginn der Kostenpflicht dem Verbraucher den Preis mitzuteilen (mind. 3 Sek. vor Beginn der Entgeltspflichtigkeit – auf den hingewiesen werden muss – muss die Ansage abgeschlossen sein); dies gilt auch bei der Weitervermittlung an eine Auskunft/-0900 – Nummer.

2. Name des Diensteanbieters

Der Name des Diensteanbieters, eine ihm eindeutig zuzuordnende Abkürzung oder URL müssen innerhalb des Spots deutlich zu erkennen sein.

3. Regelung der zulässigen Inhalte

Werbespots dürfen keine Bilder, Formulierungen und/oder Vertonungen enthalten, die eine herabsetzende, entwürdigende, beleidigende, rassistische und/oder diskriminierende Wirkung haben.

Werbespots dürfen keine rechts- oder sittenwidrigen Inhalte haben.

Sie dürfen keine Bilder, Formulierungen und/oder Vertonungen enthalten, die Gewalt verherrlichen, verharmlosen, Sadismus oder Grausamkeiten zeigen oder beschreiben.

Telefonerotikwerbung darf nicht so gestaltet sein, dass durch sie die Menschenwürde verletzt wird (z. B. „Ich spiel für Dich den Hund“).

Ähnlich gelagerte Werbespots (z. B. mit Manga Motiven) unterliegen ebenso dieser Richtlinie.



3.1 Insbesondere dürfen Werbespots nicht:

a) der Pornographie verdächtig sein i. S. v. § 184 StGB

Dies ist dann der Fall, wenn die Darstellung erkennbar anreißerisch und/oder anstachelnd auf das Geschlechtliche hinweist wie z. B. durch entsprechende Stellungen oder deutliches Hinlenken auf die Genitalien.

- keine grob anreißerische oder sehr anzügliche Vulgärsprache (z.B. „Loch ein, feuchte Spalte will Deinen Saft), sowie extreme Stöhnlaute
- keine direkte Fokussierung auf nacktes Genital
- keine extrem offensichtlichen Stoßbewegungen
- keine Darstellung von sexuellen Praktiken (z. B. Aktionen von mehreren Personen gleichzeitig, masturbieren, onanieren, Massagen und Stimulationsbewegungen, etc.)

b) der Förderung der Prostitution oder Zuhälterei i. S. v. §§ 180a, 181a StGB dienen

Die Werbespots müssen eindeutig zum Ausdruck bringen, dass es sich ausschließlich um telefonischen Kontakt handelt.

Es wird bei der Anwendung der vorliegenden Richtlinie davon ausgegangen, dass Werbespots im Verdacht stehen, die Prostitution oder Zuhälterei zu fördern, wenn der Eindruck vermittelt wird, dass die potentiellen Anrufer des Telefonmehrwertdienstes über das Telefongespräch hinaus miteinander Kontakt aufnehmen können. Es werden Formulierungen verwendet, die im deutschen Sprachgebrauch sexuell belegt sind, wie z. B. „Seitensprung“, „private Treffen“, „Live-Dates“, „schnell verabreden“, „gelegentliche Treffs“, „Girls wollen Männer treffen“, „jetzt anrufen, morgen treffen“, „One-Night-Stands“, „kontaktwillige Frauen suchen Männer für den heutigen Abend“, „fremdgehen“, „zu Hause“.

c) Minderjährige ansprechen oder darstellen

Es darf nicht der Eindruck entstehen, dass die dargestellten Personen unter 18 Jahren alt sind oder solche Personen angesprochen werden sollen (z. B. gezeigte Personen haben Gegenstände die gemeinhin auf Kinder hinweisen wie etwa Teddybär, Spielzeug).

Es wird bei der Anwendung der vorliegenden Richtlinie davon ausgegangen, dass dieser Eindruck entsteht, wenn z. B.

- den gezeigten Personen Attribute beigelegt werden, die im Allgemeinen Sprachgebrauch auf Kinder und/oder Jugendliche hinweisen wie z. B. unschuldig, unerfahren, junge Mädchen, neugierig
- die gezeigten Personen durch ihre äußere Erscheinung oder durch das gezeigte Umfeld mit Minderjährigen verwechselt werden können
- Räume, die in erster Linie mit Kindern in Verbindung gebracht werden (z.B. Kinderzimmer, Klassenzimmer) genannt/gezeigt werden
- inzestuöse Anspielungen (z. B. „Mutter und Tochter wollen es“) erfolgen



Im Grenzfall kann durch eine deutliche Altersangabe (z. B. ein „Störer“ mit dem Hinweis „18+“) der Hinweis auf Volljährigkeit festgesetzt werden.

3.2 Für Telefonerotikwerbung gilt darüber hinaus insbesondere Folgendes:

- Der Einsatz von Sexspielzeug im Detail (d. h. wenn Genitalien zu sehen sind oder phallusartige Gegenstände abgeleckt werden) ist nicht sendefähig. Isoliert können Sexspielzeuge ggf. gezeigt werden.
- keine Vermischung von Sex und religiösen Wertvorstellungen oder sakralen Objekten (z. B. „Katholikin will Dich“)
- keine diskriminierende Darstellung bestimmter Personengruppen wie „Ostfrauen“, „Dicke“, „Alte“
- keine ungewöhnlichen oder abstoßenden Sexualpraktiken (z. B. die rote Nummer, Urinsex, Sex mit Schwangeren oder Tieren)
- keine entwürdigende, zum Sexualobjekt degradierende Darstellung/Bezeichnung von Frauen
- SM ist im Einzelfall zu betrachten

4. Internetangebote

Bei der Bewerbung von Internetadressen ist zu beachten, dass die Domainnamen der vorliegenden Richtlinie entsprechen.

- Insbesondere dürfen in der Internetadresse keine eindeutigen Praktiken genannt werden oder diskriminierende Begriffe verwendet werden wie beispielsweise „TV Schlampen“ oder www.RoteEichel.de.
- In den Adressen darf keine Reduzierung des Mannes oder der Frau auf einen Sexualpartner erfolgen wie beispielsweise bei „Spritzbox“, „triebhaft“ oder „40 und nackt“.

Der Kunde garantiert EL CARTEL MEDIA, dass die Inhalte der beworbenen Internetseiten der vorliegenden Richtlinie entsprechen.

Insbesondere dürfen die beworbenen Internetseiten keine pornografischen, kinderpornografischen und sonstige Inhalte haben, die gegen die Vorschriften der §§ 184 ff. StGB verstoßen. Der Kunde garantiert EL CARTEL MEDIA die ordnungsgemäße dauerhafte Einrichtung (i) etwa erforderlicher Altersverifikationssysteme als effektive Zugangsbarriere für Kinder und Jugendliche bei potentiell jugendgefährdenden Angeboten insbesondere nach dem Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMStV) sowie (ii) etwa, insbesondere nach dem JMStV, erforderlicher geschlossener Benutzergruppen zur Gewährleistung des Zugangs ausschließlich für Volljährige. Der Kunde garantiert, dass sämtliche auf der beworbenen Internetseite zugänglichen Inhalte jugendfrei sind, soweit sie ohne Durchlaufen des Altersverifikationsprogramms oder für andere Personen als die Mitglieder der geschlossenen Benutzergruppe zugänglich sind.

EL CARTEL MEDIA behält sich ein Recht auf Prüfung vor und wird ggf. die bereits freigegebenen Spots nicht ausstrahlen.



5. Teletext

Soweit im Spot ein Verweis auf eine Seite im Teletext enthalten ist, muss diese ebenfalls der vorliegenden Richtlinie entsprechen.

Insbesondere bei der Formulierung der Texte und bei der grafischen Gestaltung ist darauf zu achten, dass keine pornografischen Formulierungen und/oder Darstellungen erfolgen.

6. Festlegung der Sendezeit

Die Freigabe bei RTL II für Spots mit erotischem Inhalt gemäß der hier vorliegenden Richtlinie gilt ab 01:00 Uhr.

7. Sporablehnung

EL CARTEL MEDIA behält sich vor, Spots die geeignet sind, das Ansehen des Senders zu schädigen, ggf. auch nach Abschluss eines Vertrages über deren Ausstrahlung abzulehnen. Eine Schädigung des Ansehens des Senders ist insbesondere anzunehmen, wenn ein Spot gegen die vorliegende Richtlinie verstößt.

8. Sonstiges

EL CARTEL MEDIA haftet nicht für die Richtigkeit und/oder Vollständigkeit dieser Richtlinien. Im Übrigen gelten die Allgemeinen Geschäftsbedingungen von El Cartel Media in der jeweils gültigen Fassung.