

ABC DES SPONSORINGS

Hier finden Sie die wichtigsten Begriffe von A-Z zum Thema Sponsoring im Sportverein.

Um direkt zu einem Begriff, Stichwort oder Fachbegriff zu gelangen, drücken Sie bitte gleichzeitig Strg und F. Es erscheint ein Suchfeld in Ihrem Browserfenster, in das Sie den Suchbegriff eintragen können.

Name des Begriffes: Rundfunkstaatsvertrag

Beschreibungen des Begriffes:

Seit dem Inkrafttreten des Rundfunkstaatsvertrages (RStV) am 1. Januar 1992 können bestimmte Radio- und Fernsehsendungen der öffentlich-rechtlichen und privaten Medien durch Sponsoren unterstützt werden.

Seit dem Inkrafttreten des Rundfunkstaatsvertrages (RStV) am 1. Januar 1992 können bestimmte Radio- und Fernsehsendungen der öffentlich-rechtlichen und privaten Medien durch Sponsoren unterstützt werden.

In § 2 (2) 9 RStV wird das Sponsoring im Rundfunk (Fernsehen und Radio) wie folgt definiert: Sponsoring ist jeder Beitrag einer natürlichen oder juristischen Person oder einer Personenvereinigung, die an Rundfunktätigkeiten oder an der Produktion audiovisueller Werke nicht beteiligt ist, zur direkten oder indirekten Finanzierung einer Sendung, um den Namen, die Marke, das Erscheinungsbild der Person oder Personenvereinigung, ihre Tätigkeit oder ihre Leistungen zu fördern.

Weiter heißt es in § 8 (1) RStV: Bei Sendungen, die ganz oder teilweise gesponsert werden, muss zu Beginn und am Ende auf die Finanzierung durch den Sponsor in vertretbarer Kürze und in angemessener Weise deutlich hingewiesen werden; der Hinweis ist in diesem Rahmen auch durch Bewegtbild möglich. Neben oder anstelle des Sponsors kann auch dessen Firmenemblem oder eine Marke, ein anderes Symbol des Sponsors, ein Hinweis auf seine Produkte oder Dienstleistungen oder ein entsprechendes unterscheidungskräftiges Zeichen eingeblendet werden.

Weitere Regelungen zum Sponsoring im Rundfunk finden sich in den §§ (2) – (8), 11 d (2), 11 g (5), 16, 16a (1) und 58 (2). Hier gibt es den Rundfunkstaatsvertrag zum Download

[Zurück](#)