



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: Virtuelle Werbebanden

Beschreibungen des Begriffes:

auch: virtuelle Billboards; werden nur von Zuschauern gesehen, die per TV/Internet Veranstaltungen verfolgen

Virtuelle Werbebanden (auch: virtuelle Billboards) entstehen, wenn in einer Sportstätte real existierende Werbebanden mittels digitaler Technik mit virtuellen Logos und Schriftzügen überblendet oder in überhaupt nicht vorhandene Werbeflächen vollständig integriert werden. Dies geschieht, ohne dass der Zuschauer vor Ort etwas von der Werbung auf der Bandenfläche mitbekommt. Nur der Zuschauer, der die Veranstaltung per TV, mobil oder via Internet verfolgt, bekommt durch die digitale Bildbearbeitung die virtuelle Werbebande zu sehen.

In Deutschland ist virtuelle Werbung nur in engen Grenzen möglich. In Sendungen, in denen virtuelle Werbung zum Einsatz kommt, muss darauf zu Beginn und am Ende hingewiesen werden. Außerdem ist virtuelle Werbung in Telemedien nur dort zulässig, wo im Stadion tatsächlich Werbung (z.B. Werbebanden) vorhanden ist (§ 7 Abs. 6 Rundfunkstaatsvertrag).

[Zurück](#)