



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 Werbung

Beschreibungen des Begriffes:

Bei der virtuellen Werbung (virtuell = scheinbar) werden real existierende Flächen mit virtuellen Sponsorenlogos und Schriftzügen überblendet oder Werbeflächen erzeugt, die eigentlich gar nicht vorhanden sind.

Bei der virtuellen Werbung (virtuell = scheinbar) werden real existierende Flächen mit virtuellen Sponsorenlogos und Schriftzügen überblendet oder Werbeflächen erzeugt, die eigentlich gar nicht vorhanden sind. Für den Zuschauer in der Veranstaltungsstätte ist die virtuelle Werbung nicht sichtbar. Nur der TV-Zuschauer, der Internetnutzer oder der Nutzer eines mobilen Dienstes bekommen durch eine entsprechende technische Bildbearbeitung eine Bande oder ein anderes Werbemedium zu sehen.

In Deutschland ist virtuelle Werbung nur in engen Grenzen möglich. Durch die virtuelle Werbung dürfen nur Werbeflächen (z.B. Banden) überblendet werden, die im Stadion tatsächlich vorhanden sind.

Geregelt ist virtuelle Werbung in § 7 Abs. 6 des Rundfunkstaatsvertrages. Dort heißt es:

„Die Einfügung virtueller Werbung in Sendungen ist zulässig, wenn

1. am Anfang und am Ende der betreffenden Sendung darauf hingewiesen wird und
2. durch sie eine am Ort der Übertragung ohnehin bestehende Werbung ersetzt wird.“

Praxisbeispiele:

- Virtuelle Werbung feierte beim Telekom CUP 2015 seine Premiere bei einem Sportevent in Deutschland
- Seit der Saison 2018/2019 ist virtuelle Bandenwerbung bei internationalen Live-Übertragungen von Spielen der 1. und 2. Fußball-Bundesliga erlaubt

Typ des Begriffes: definition

[Zurück](#)