Product Placement II : EU-Ausschuss

Autor(en): **Sautter, Erwin A.**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **132 (2006)**

Heft 8

PDF erstellt am: **27.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-605405

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

EU-Ausschuss

Erwin A. Sautter

Ausschuss ist ein heikler Begriff. Hier ist von einer Kommission die Rede, einer «aus einer grösseren Körperschaft ausgewählten Personengruppe» – die EU-Kommission des Europäischen Parlaments, die sich mit Anliegen zur Teilliberalisierung der Sonderwerbeform Productplacement zu befassen beliebt. Kurz: mit Schleichwerbung, mit versuchter Instrumentalisierung des audiovisuellen Genüssen ausgesetzten Konsumenten, ob jung oder alt, Frau oder Mann, urteilsfähig oder nicht, bevormundet oder nicht. Diese Personengruppe soll formulieren, was zu verbieten oder was mindestens als tabu zu gelten hätte, eine Art Einschränkungs-Paragraf, ein Gesetz also, eines mehr, um die Tätigkeit eines Ausschusses zu rechtfertigen, die Einrichtung «Kommissionen» zu betonieren, nicht, sie in Frage zu stellen, um die notwendige Verschlankung und Entschlackung der EU-Bürokratie ernsthaft ins Auge zu fassen. (Aber das ist ja wieder eine andere Geschichte.) Der Ruf an die Vordenker der Europäischen Union nach einem «Entwurf einer legislativen Entschliessung» für eine «Richtlinie für audiovisuelle Mediendienste» lässt auf vieles schliessen. Jedenfalls nicht nur auf eine Bedrohung der Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit von Produzenten und Programmverantwortlichen öffentlicher Anstalten auf diesem Kontinent. Es bleibt bürokratisches Wunschdenken, Schleichwerbung aus den Fernsehkanälen filtern zu wollen. Product Placement hat zu viele Gesichter und Stimmen, um es wirksam zügeln zu können. Wie mit der zunehmenden Luftverschmutzung über Europa, so müssen wir lernen, mit ungefragten Zutaten zu Information und Unterhaltung zu leben. Gefragt wäre ein EU-Ausschuss zur Erarbeitung eines Konzepts zur europaweiten Aufklärung breitester Schichten zum sinnvollen Konsum audiovisueller Angebote öffentlicher und privater Stationen, resultierend in EU-gesponserten Product Placements behufs Früherkennung fragwürdiger Schleichwerbung. Kommissionen sind gut. (Aber das ist ja wieder eine andere Geschichte.)

Völlig verdorbene Cartoons

Marian Kamensky