

# Kinofilm „Fifty Shades of Grey – Gefährliche Liebe“ zu stark beworben

Verwaltungsgericht Köln

*Pressemitteilung zum Urteil vom 09.06.2020*

**Az.: 6 K 14278/17**

Die Landesanstalt für Medien NRW durfte bei der Sendung „Shopping Queen“ eine zu starke Produktplatzierung des Kinofilms „Fifty Shades of Grey – Gefährliche Liebe“ beanstanden. Dies hat das Verwaltungsgericht Köln mit einem nunmehr den Beteiligten zugestellten Urteil vom 9. Juni 2020 entschieden und damit die Klage des Senders VOX abgewiesen.

In der Woche vor dem deutschen Kinostart des zweiten Teils der „Fifty Shades of Grey“-Filmtrilogie lief bei der Klägerin von Montag bis Freitag die Sendung „Shopping Queen“ unter dem Motto „Jetzt wird's heiß. Bring den roten Teppich auf der Film Premiere von ‚Fifty Shades of Grey‘ zum Glühen!“. Im Rahmen der Sendung wurden immer wieder Filmausschnitte aus dem ersten und zweiten „Fifty Shades“-Kinofilm eingespielt und mit den Handlungen der Kandidatinnen der Sendungen verknüpft. Neben zahlreichen Verweisen, Bezügen und Anspielungen auf „Fifty Shades of Grey“ wurden die Kandidatinnen zum Beispiel in Filmszenen hineinmontiert oder stellten diese nach. Die Beklagte beanstandete dies als eine unzulässige Produktplatzierung in Form einer zu starken Herausstellung des Films „Fifty Shades of Grey – Gefährliche Liebe“.

Mit ihrer Klage machte die Klägerin neben formellen Fehlern der Entscheidung insbesondere geltend, dass sich die

Produktplatzierung noch in den Grenzen dessen gehalten habe, was für Sendungen der leichten Unterhaltung zulässig sei. Durch die Verwobenheit von redaktionellen Inhalten und Kinofilm sei der Film gerade nicht zu stark herausgestellt worden. Außerdem handele es sich bei „Shopping Queen“ um einen in höchstem Maße werbe- und produktgeprägten Ausschnitt der Realität, weshalb werbliche Elemente von den Zuschauern weniger intensiv als die redaktionellen Inhalte wahrgenommen würden.

Dem ist das Gericht nicht gefolgt und hat im Wesentlichen ausgeführt: Die beanstandeten Sendungen ließen keinen angemessenen Ausgleich mehr zwischen werblichen und redaktionellen Belangen erkennen und verstießen damit gegen ein entsprechendes Verbot des Rundfunkstaatsvertrags. Im Falle von „Shopping Queen“ habe der Werbezweck in Bezug auf den zweiten „Fifty Shades of Grey“-Film das Sendungsgeschehen derart dominiert, dass redaktionelle Elemente in den Hintergrund gerückt seien. Das eigentliche Handlungsgeschehen der Sendung, nämlich der Wettstreit um das beste zum Sendungsmotto passenden Outfit, sei um Filmelemente der „Fifty Shades of Grey“-Filmreihe herum gestaltet worden. Der Zuschauer habe auch unter Berücksichtigung des Sendungskonzeptes von „Shopping Queen“ nicht mehr hinreichend klar zwischen werbebestimmten und sonstigen Elementen des Sendungsgeschehens unterscheiden können.

Gegen das Urteil kann ein Antrag auf Zulassung der Berufung gestellt werden, über den das Oberverwaltungsgericht in Münster entscheiden würde.

Az.: 6 K 14278/17