

PRESSEMITTEILUNG

Erneute Diskussion um Werbebeschränkungen/-Verbote

Markenwirtschaft für Erhalt von Werbung und Sponsoring in öffentlich-rechtlichen Sendern

Berlin, 11.06.2012

„Ein Werbeverbot in öffentlich-rechtlichen Sendern schadet Wirtschaft und Gesellschaft gleichermaßen. Werbenden Unternehmen wird wissentlich der gezielte Zugang zu interessierten Bevölkerungskreisen verwehrt, regionale Ereignisse verlieren an Resonanz und die kulturelle Vielfalt leidet darunter“, sagt Franz-Peter Falke, Präsident Markenverband e.V.

Uwe Becker, Vorsitzender der Organisation Werbetreibende im Markenverband (OWM), fügt hinzu: „Eine große Mehrheit der Zuschauer akzeptiert Werbung und Sponsoring. Mit dem Erhalt oder einem geringen Ausbau der Werbemöglichkeiten in ARD und ZDF könnten die Rundfunkgebühren langfristig stabil gehalten werden, vielleicht sogar sinken - eine Entlastung der Bürger, die schnell und direkt ankommt.“

Die erneute Diskussion über die eklatante Beschränkung von Werbung in öffentlich-rechtlichen Sendern missachtet in ihrer Konsequenz den Wunsch der Gebührentzahler nach nicht weiter steigenden Gebühren, verwehrt den werbenden Unternehmen wissentlich den Zugang zu großen Bevölkerungsschichten, nimmt eine Gefährdung der kulturellen Vielfalt in Kauf und stärkt die oligopolistischen Angebotsstrukturen im deutschen TV- und Rundfunkwerbemarkt. Im Interesse der Bürger, der Unternehmen und des Wettbewerbs dürfen Werbung und Sponsoring in öffentlich-rechtlichen Sendern nicht weiter beschnitten oder verboten werden.

Mit ihrem qualitativ hochwertigen Angebot erreichen die öffentlich-rechtlichen Sender wichtige Zielgruppen, die von der Altersstruktur und der Kaufkraft her mit Werbung in privat-kommerziellen Sendern kaum erreicht werden. Zudem bieten die öffentlich-rechtlichen Sender regionale Belegungsmöglichkeiten – flankierend zu kulturellen und sportlichen Großveranstaltungen - die die Sichtbarkeit und damit Wettbewerbsfähigkeit insbesondere mittelständischer Unternehmen sichern und stärken.

Eine weitere Einschränkung oder gar ein Verbot von Werbung in öffentlich-rechtlichen Sendern würde den Zugang zu diesen Qualitätsumfeldern zum Nachteil von Unternehmen und Marken verhindern. Gerade deshalb ist es ein Trugschluss zu glauben, dass sich die Werbebudgets zugunsten privater Anbieter verschieben würden. Eine weitere Werbebeschränkung in ARD und ZDF würde den Zugang zu relevanten Bevölkerungsgruppen verwehren und die Unternehmen dazu zwingen, diese über andere Kommunikationswege anzusprechen.

Schon heute fließen 80 Prozent der Bruttoausgaben für TV-Werbung in nur zwei Vermarktungsgesellschaften der Privatsender. Ordnungspolitisch würde ein Verbot von Werbung in öffentlich-rechtlichen Sendern die Angebotsstrukturen im deutschen Rundfunk-Werbemarkt zum Nachteil der werbenden Unternehmen weiter ausdünnen.

Zur nachhaltigen Stärkung von Wettbewerb und wirtschaftlicher Entwicklung der werbenden Markenwirtschaft fordern Markenverband und OWM daher den langfristigen Erhalt von Werbung und Sponsoring in allen öffentlich-rechtlichen Rundfunk-Sendern.

Ansprechpartner Presse:

Isabel Matz
Mitgliederservice u. Kommunikation
OWM Organisation Werbungtreibende
im Markenverband
Tel. 030 / 20 61 68 – 27
i.matz@owm.de

Johannes Ippach
Leiter Presse- u. Öffentlichkeitsarbeit
Markenverband e.V.
Tel. 030 / 20 61 68 – 50
j.ippach@markenverband.de

Der 1903 in Berlin gegründete Verband ist die Spitzenorganisation der deutschen Markenwirtschaft. Die Mitglieder stehen für einen Markenumsatz im Konsumgüterbereich von über 300 Mrd. Euro und im Dienstleistungsbereich von ca. 200 Mrd. Euro in Deutschland. Der Markenverband ist damit der größte Verband dieser Art in Europa. Die Mitgliedsunternehmen stammen u. a. aus den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Mode und Textil, pharmazeutische Produkte und Dienstleistungen. Zu den Mitgliedern zählen Beiersdorf, Hugo Boss, Coca-Cola, Deutsche Bank, Deutsche Post, Falke, Miele, Nestlé, Procter & Gamble, Dr. Oetker, Volkswagen und viele andere renommierte Firmen.

Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) ist der Verband der Werbung treibenden Unternehmen in Deutschland. Sie vertritt die Interessen ihrer etwa 100 Mitgliedsunternehmen in allen Bereichen der Marketingkommunikation gegenüber Medien, Agenturen, Politik und in der Mediaforschung. Die OWM tritt für die Freiheit der Werbung ein und stellt Rahmenbedingungen sicher, die es ihren Mitgliedsunternehmen erlaubt, Werbemaßnahmen so effizient und effektiv wie möglich durchführen zu können. Insgesamt investieren die Unternehmen des Verbandes mehr als 7,5 Milliarden Euro im Jahr für Kommunikation und Werbung.