



MARKENVERBAND

Verbandskommunikation
presse@markenverband.de

PRESSEMITTEILUNG

Werbe- und Sponsoringverbot im öffentlich-rechtlichen Rundfunk schädlich für Unternehmen und Wettbewerb

Berlin, 7. Juni 2010. Eine Einschränkung oder gar ein Verbot von Werbung und Sponsoring in ARD und ZDF hat erhebliche negative Auswirkungen auf die werbende Marktwirtschaft.

- **Qualitativ hochwertige Programmumfelder zur Erreichung wichtiger Konsumentengruppen gehen den werbenden Unternehmen verloren.**
- **Wettbewerbsfähigkeit des werbenden Mittelstandes deutlich beeinträchtigt.**

Werbung und Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Rundfunk ermöglichen der Marktwirtschaft die Belegung von einmaligen Qualitätsumfeldern. Von einem seriösen und glaubwürdigen Programmumfeld, wie es die öffentlich-rechtlichen Sender bieten, gehen positive Imagewirkungen auf Unternehmen und Marken aus, die in diesem Umfeld werben oder sich als Sponsoren betätigen. Ein Verbot oder eine Beschränkung von Werbung und Sponsoring bei ARD und ZDF würde den Zugang zu diesen Programmumfeldern zum Nachteil von Unternehmen und Marken verhindern.

Gerade auch mittelständische Unternehmen nutzen die Werbe- und Sponsoringmöglichkeiten in ARD und ZDF. Die ARD erlaubt durch ihre Struktur darüber hinaus eine regionale Belegungsmöglichkeit für Werbung, die in dieser Form von den privaten TV-Sendern nicht geboten werden kann. Diese Belegungsmöglichkeit ist für viele mittelständische Werbungtreibende, die national nicht werben wollen oder können, von besonderer Bedeutung.

Hierzu Franz-Peter Falke, Präsident des Markenverbandes: „Wer Werbung und Sponsoring in ARD und ZDF einschränken will, trifft insbesondere den werbenden Mittelstand, mit erheblichen Nachteilen für dessen Wettbewerbsfähigkeit. Ich erwarte von den zuständigen Ministerpräsidenten eine Politik mit Augenmaß, welche im Sinne der im jeweiligen Bundesland ansässigen Unternehmen und ihrer Beschäftigten ist. Eine Einschränkung von Werbung und Sponsoring in ARD und ZDF schädigt eine Vielzahl von werbenden Unternehmen.“

Markenverband e.V.
Unter den Linden 42 | D-10117 Berlin

Telefon +49 (0)30 206 168 50
Telefax +49 (0)30 206 168 750

Postfach 080 629 | D-10006 Berlin
www.markenverband.de

Auch die Zuschauer akzeptieren Werbung und Sponsoring in ARD und ZDF, wie eine kürzlich durchgeführte Befragung unter 2000 Personen zeigt. Von 80 Prozent der Zuschauer werden Sponsorhinweise vor und nach Fernsehsendungen im öffentlich-rechtlichen Fernsehen als nicht störend empfunden. 87 Prozent finden Werbung bei ARD und ZDF "in Ordnung, wenn sich dadurch ein Anstieg der Gebühren verhindern lässt". Im Zweifelsfall ist es 76 Prozent der Befragten sogar lieber, dass "bei ARD und ZDF auch nach 20 Uhr Werbung gezeigt" wird beziehungsweise "Sponsorhinweise vor oder nach Sendungen bei ARD und ZDF [...] häufiger" eingesetzt werden, "wenn sich dadurch ein Anstieg der Rundfunkgebühr verhindern lässt".

„Es ist für mich völlig unverständlich, wie hier ohne Not eine Finanzierungsmöglichkeit der öffentlich-rechtlichen Sender eingeschränkt werden soll, die vom Zuschauer akzeptiert und für diesen von Vorteil ist. Die Markenwirtschaft ist auch zukünftig bereit mit ihren Werbegeldern dazu beizutragen, dass die Rundfunkgebühren nicht weiter steigen und die privaten Haushalte nicht zusätzlich belastet werden“, so Präsident Franz-Peter Falke.

Ein vollständiges oder teilweises Verbot von Werbung und Sponsoring in ARD, ZDF sowie in den ARD-Hörfunksendern wäre ein falscher Schritt unter Missachtung der Interessen von werbenden Unternehmen, Agenturen, der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten wie auch der Zuschauer. Es ist daher zu erwarten, dass ein solches Verbot in der Öffentlichkeit als Klientelpolitik bewertet wird, wobei die politischen Parteien wie auch die verantwortlichen Ministerpräsidenten in den Bundesländern sich zu Erfüllungsgehilfen des privaten Oligopols machen würden.

Ansprechpartner:

Joachim Schütz

Geschäftsführer

Tel.: 030/20 61 68 27

j.schuetz@markenverband.de

Der 1903 in Berlin gegründete Markenverband 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 sowie Telekommunikation. 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.