

» PRESSEMITTEILUNG

OWM: Verbot regionalisierter TV-Werbung trifft vor allem regionalen Mittelstand

Berlin, 10. Juni 2015

Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) kritisiert die Entscheidung des bayerischen Ministerpräsidenten Horst Seehofer, bei der Ministerpräsidentenkonferenz am 18. Juni nun doch für ein Verbot regionalisierter TV-Werbung zu stimmen, scharf.

„Wir hätten uns in dieser Sache von der bayerischen Staatskanzlei mehr Rückgrat erwartet. Insbesondere für mittelständische und regional aktive Unternehmen hat ein Verbot regionalisierter Werbung im privaten Fernsehen fatale Auswirkungen und führt dazu, dass sie bestimmte Kundengruppen nicht mehr erreichen können“, warnt OWM-Geschäftsführer Joachim Schütz. Aber auch für internationale Konzerne, wie es das Beispiel Opel zeigt, sind die regionalen Werbemöglichkeiten attraktiv. Opel hatte im Rahmen einer Kampagne seinen TV-Spots über die RedButton-Technologie regionale Informationen in Form von Händleradressen hinzugefügt.

Ein Verbot regionalisierter Werbung im TV schränkt in den Augen der OWM auch die im Grundgesetz verankerte Freiheit der Kommunikation und damit der Werbung ein. Schütz: „Im Interesse unserer Mitgliedsunternehmen setzen wir uns konsequent gegen derartige Einschränkungen ein, damit diese ihre Werbeaktivitäten frei entfalten können.“

ProSiebenSat1 plant nun einer Normenkontrollklage, um zu überprüfen, ob die geplante Klausel überhaupt einer verfassungsrechtlichen Überprüfung standhält. Dazu Joachim Schütz: „Gerade vor dem Hintergrund der erst vor sechs Monaten erfolgten Genehmigung regionalisierter TV-Werbung durch das Bundesverwaltungsgericht Leipzig ist die Kehrtwende Bayerns umso unverständlicher. Es wäre zu hoffen, dass das Verfassungsgericht zu einer besseren Entscheidung im Sinne der werbenden Unternehmen kommt.“

Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) ist der Verband der Werbung treibenden Unternehmen in Deutschland. Sie vertritt die Interessen ihrer mehr als 100 Mitgliedsunternehmen in allen relevanten Bereichen der Marketingkommunikation gegenüber Medien, Agenturen, Politik und in der Mediaforschung. Die OWM tritt für die Freiheit der Werbung ein und stellt Rahmenbedingungen dafür sicher, dass ihre Mitgliedsunternehmen so effizient und effektiv wie möglich werben können. Insgesamt investieren die Unternehmen des Verbandes mehr als 8,5 Milliarden Euro im Jahr für Kommunikation und Werbung.

Weitere Informationen:

OWM

Stephanie Beer

Leiterin Kommunikation und Pressesprecherin

Unter den Linden 42

10117 Berlin

Tel: 030. 20 61 68 - 24

Email: s.beer@owm.de