

## **Werbung und Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Rundfunk: Markenverband stützt deutlich die Position von ARD und ZDF**

Auf einem Pressegespräch am Dienstag, den 07.07.09 in Berlin hat der Markenverband klargestellt, dass die Werbetreibenden nur Nachteile in einem Wegfall der Werbung und im Sponsoring im öffentlich-rechtlichen Rundfunk sehen.

„Werbung gehört zur Marktwirtschaft und damit zum Alltag und zur Lebenswirklichkeit der Zuschauer des öffentlich-rechtlichen Fernsehangebots“, betont Hans-Joachim Strauch, Geschäftsführer der ZDF Werbefernsehen GmbH.

Der Markenverband stellte in Berlin ein Gutachten von Professor Hans-Peter Schneider (Universität Hannover) zu den Möglichkeiten und Grenzen der Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk vor. Professor Schneider kam zu dem zentralen Ergebnis, dass ein Werbeverbot im öffentlich-rechtlichen Rundfunk einen Verstoß gegen das Grundrecht der Meinungs- und Berufsfreiheit der werbetreibenden Unternehmen darstellt. Die vom öffentlich-rechtlichen Rundfunk angesprochenen Zielgruppen unterschieden sich maßgeblich von der durch die kommerziellen als werberelevant herausgestellte Zielgruppe der 14- bis 49-Jährigen. Es würde der wesentliche Kommunikationskanal zu Premium-Zielgruppen wegfallen, unterstrich Professor Schneider.

Schneider sieht in der Werbung den Schlüssel zum Markt und zugleich den Motor des Wettbewerbs. Namentlich die Werbung bei ARD und ZDF habe in der Vergangenheit spürbar an Akzeptanz gewonnen. Ein Verbot der Werbung und des Sponsorings würde mithin sogar den Grundversorgungsauftrag der Öffentlich-Rechtlichen in Mitleidenschaft ziehen.

Der Präsident des Markenverbandes Franz-Peter Falke betonte in seiner Stellungnahme zum Gutachten von Professor Schneider, dass der Wegfall der Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk den „Verlust von hochwertigen und seriösen Programmumfeldern“ bedeute. Die Werbetreibenden wollen diese positive Imagewirkung nicht vermissen. Ein Quasi-Werbemonopol der kommerziellen Anbieter (92,7 % zu 7,3 % ö-r Anteil an Nettowerbeumsätzen 2008) bedeutet heute schon eine Wettbewerbsbeschränkung und ein Preismonopol der Kommerziellen. Zudem werde die kulturelle Vielfalt bei einer Beschränkung der Sponsoring-Möglichkeiten in ARD und ZDF aus Sicht der werbungtreibenden Unternehmen eindeutig nachteilig beeinflusst.

„Diesen Stellungnahmen ist aus der Sicht des ZDF kaum noch etwas hinzuzufügen“, betont Hans-Joachim Strauch, außer dem Hinweis: „Werbung ist gebührenwirksam. Jeder Euro, der durch Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk eingenommen wird, senkt die Gebühren. Ohne die Werbung würden die Gebühren um 1,42 Euro steigen. Eine bei den Gebührenzahlern in Zeiten von Steuererhöhungen und zunehmender finanzieller Belastungen äußerst unbeliebte Maßnahme.“

Die Zusammenfassung des Gutachtens von Professor Schneider und die ausführliche Stellungnahme von Franz-Peter Falke finden Sie unter:

<http://www.markenverband.de/presse/pm/totalverbot-von-werbung-und-sponsoring-bei-oeffentlich-rechtlichen-verfassungswidrig>

Den ZDF Bilderdienst erreichen Sie unter:

[bilderdienst@zdf.de](mailto:bilderdienst@zdf.de)

Telefon: 06131/70 6100

Susanne Brock

ZDF Werbefernsehen GmbH  
Leitung Sales Communication

Telefon: +49(0)6131 70 5457

Fax: +49(0)6131 70 4395

E-Mail: [brock.s@zdf.de](mailto:brock.s@zdf.de)

Web: [www.zdf-werbung.de](http://www.zdf-werbung.de)

Geschäftsführung: Hans-Joachim Strauch  
Amtsgericht Mainz HRB 6186