



**OWM**

Organisation  
Werbungtreibende im  
Markenverband

**Organisation Werbungtreibende im Markenverband**

Stand: 03.01.2012

URL: <http://www.owm.de/ueberuns/erfolge.php>

[Home](#) > [Über uns](#) > [Erfolge](#)

## Erfolge der OWM

Die OWM kann auf wesentliche Erfolge in der Medienpolitik, der Mediaforschung und in der Zusammenarbeit mit den Marktpartnern zurückblicken und aufbauen. Beispielhaft nennen wir:

### **Keine Vorauszahlung bei TV-Spots**

Der Arbeitskreis Werbefernsehen der deutschen Wirtschaft (AKW), aus dem die OWM im Wesentlichen hervorgegangen ist, konnte seine Forderung zur Anpassung der Zahlungsziele gegenüber den Fernsehsendern durchsetzen: Die Ausstrahlung der Werbespots muss nicht mehr im Voraus bezahlt werden. Grundsätzlich werden die Rechnungen spätestens bis zum letzten des Ausstrahlungsmonats ohne Abzug zur Zahlung fällig. Bei Eingang der Zahlung zum 15. des Ausstrahlungsmonats wird ein Skonto von 2 % des Rechnungsbetrages gewährt.

### **Garantieforderung bei Zeitschriften**

Mit dem Ausweis der Garantieforderung und dem Anspruch auf Preisminderung bei geringerer Auflagenzahl hat die OWM ihre Forderung nach standardisierten Abrechnungsmodellen bei Zeitschriften durchgesetzt und damit eine Grundlage für mehr Transparenz geschaffen.

### **Nichtanrechnung der OTC-Pflichthinweise**

In enger Zusammenarbeit mit anderen Verbänden konnte die OWM im Rahmen der 7. Novelle des Rundfunkstaatsvertrages erreichen, dass die OTC-Pflichthinweise nicht mehr auf die Werbezeiten der Fernseh- und Rundfunksender angerechnet werden. Damit erfüllte sich die langjährige Forderung der werbungtreibenden Arzneimittelindustrie und der Fernseh- und Rundfunkveranstalter.

### **Mitsprache in der AGF**

Die OWM konnte gemeinsam mit dem Gesamtverband Werbeagenturen (GWA) die Mitentscheidung der Nutzer-Vertreter in den Strukturen der Arbeitsgemeinschaft Fernsehforschung (AGF) rechtlich verankern und dadurch ihre Einflussnahme stärken.

### **Flexible Werberegulungen**

Die von der OWM geforderte Liberalisierung und Deregulierung der Werbung im privaten Fernsehen wurde mit der 4. Novellierung des Rundfunkstaatsvertrages weitgehend verwirklicht. Folgende Vorschläge wurden umgesetzt:

- Einführung des Bruttoprinzips bei der Berechnung der Werbezeit
- Ausstrahlung einzelner Werbespots
- Flexible Handhabung bei den Abstandsregelungen zwischen den Werbeblocks
- Möglichkeit der Teilbildschirmbelegung, bei der Werbung und Programm gleichzeitig ausgestrahlt werden können

Im Hinblick auf die kommende EU-Fernsehrichtlinie setzt sich die OWM für eine fortgeführte Deregulierung und Liberalisierung ein, die wichtigsten Forderungen sind:

- Aufhebung des Blockwerbegebots
- Abschaffung der Einfügebestimmungen bei Fernseh- und Kinospielefilmen, Nachrichten und Kindersendungen, die bisher nur einmal in 35 Minuten Sendezeit unterbrochen werden dürfen

- Zulassung von Product Placement

### **Programmsponsoring bei ARD und ZDF nicht abgeschafft**

Mit Verabschiedung der 5. Novelle des Rundfunkstaatsvertrages haben sich die Ministerpräsidenten der Bundesländer gegen die Abschaffung des Programmsponsorings bei ARD und ZDF entschieden. Nicht zuletzt war dies ein Erfolg der OWM, die mit öffentlichkeitswirksamen Aktionen und in zahlreichen Gesprächen und Briefen auf die Notwendigkeit der Werbung im öffentlich-rechtlichen Rundfunk hingewiesen hatte.

### **Leistungsvergleich durch Intermedia-Datei gewährleistet**

Mit Einigung der ag.ma-Mitglieder hinsichtlich der Intermedia-Datei wurde eine der Kernforderungen der OWM die Mediengattungen betreffend umgesetzt: Die Intermedia-Datei soll einen direkten Vergleich zwischen unterschiedlichen Werbeträgern ermöglichen. Als Basis für vergleichbare Leistungswerte dient die sogenannte Werbemittel-Kontaktchance.

#### **Ansprechpartner**

Angelika Eichenauer  
Sekretariat GF OWM

Unter den Linden 42  
10117 Berlin

Tel: +49 (0)30. 20 61 68 - 27  
Fax: +49 (0)30. 20 61 68 - 727