

» PRESSEMITTEILUNG

OWM: Liberalisierung der Werbezeitenregelung ist wichtiger Schritt in Richtung fairer Wettbewerbsbedingungen

Berlin, 09. November 2015

Die OWM begrüßt das Bekenntnis der Bund-Länder-Kommission für Medienkonvergenz in ihrem Positionspapier zur Novellierung der Audiovisuellen Mediendienste Richtlinie (AVMD) zu einer zukunftstauglichen Medienregulierung und der Herstellung fairer Wettbewerbsbedingungen.

OWM-Geschäftsführer Joachim Schütz: „Im Zuge der sich immer weiter beschleunigenden Digitalisierung ist eine Flexibilisierung der Werberegeln zwingend und längst überfällig. Deutschland muss sich aus dem Korsett der bestehenden Regeln, die noch aus dem Mittelalter der Medienregulierung stammen, befreien. Die Kommission zeigt mit dem Positionspapier, dass sie diese Notwendigkeit erkannt hat und trägt mit der Forderung, die quantitativen Werberegeln weitgehend abzuschaffen, dazu bei, endlich für faire Wettbewerbsbedingungen zu sorgen.“

„Zu dem notwendigen Befreiungsschlag gehört auch, die längst überholte Unterscheidung nach linearen und non-linearen Diensten, also zwischen TV sowie Radio und Internet, aufzugeben. Wir freuen uns, dass die deutsche Politik diese Notwendigkeit erkannt hat. Nun ist an der der EU, eine zeitgemäße Richtlinie zu verabschieden“, so Schütz weiter.

Dass sich die Bundesregierung gegen weitere Werbeverbote und -beschränkungen ausspricht und sich stattdessen für eine Beibehaltung selbstregulatorischer Ansätze einsetzt, sieht die OWM als das richtige Signal an den Markt. Schütz: „Es zeigt, dass die Politik verstanden hat, dass Werbeverbote der falsche Weg sind und verantwortungsbewusste Selbstregulierung besser zum Ziel führt.“

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 setzt sich für Rahmenbedingungen ein, die es ihren Mitgliedsunternehmen ermöglicht, so effizient und effektiv wie möglich werben zu können. Insgesamt investieren die Unternehmen des Verbands 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