

» PRESSEMITTEILUNG

OWM begrüßt Stärkung von Ko- und Selbstregulierung im EU-Kommissionsvorschlag zur Revision der Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie

Berlin 25. Mai 2016

Die Organisation Werbungtreibende im Markenverband (OWM) begrüßt die in dem von der EU-Kommission heute vorgestellten Entwurf zur Revision der Audiovisuellen Mediendienste-Richtlinie präsentierten Änderungen als notwendigen Schritt in Richtung einer zeitgemäßen Medienregulierung, welche die Interessen der werbungtreibenden Unternehmen berücksichtigt und für faire und wettbewerbsförderlichen Rahmenbedingungen sorgt.

„Dass die Kommission sich gegen weitere Werbeverbote und -beschränkungen ausspricht und stattdessen auf die Verstärkung von Ko- und Selbstregulierung setzt, ist richtig“, so die OWM-Vorsitzende Tina Beuchler. Beuchler weiter: „Es zeigt, dass die Politik die Vorteile sowie die Wirksamkeit brancheneigener Verhaltensregeln erkannt hat. Dieses Vertrauen in die werbenden Unternehmen insbesondere im Bereich von Lebensmittel- und Alkoholwerbung sowie an Kinder gerichteter Werbung ist als deutliches Signal zugunsten verantwortungsbewusster Marketingkommunikation zu werten. Auch die geplante Integration von Video-on-Demand-Plattformen in den Bereich der Selbstregulierung ist notwendig, um gleiche Bedingungen über alle Werbeträger hinweg herzustellen.“

Die werbungtreibenden Unternehmen befürworten die weitgehende Abschaffung der Beschränkungen im Bereich des Product Placement sowie die Flexibilisierung der quantitativen Werberegeln. So haben Werbungtreibenden beispielsweise die Option, ihre Werbeaktivitäten in der für sie aufmerksamen Primetime zu verstärken. Zudem sollen Werbeunterbrechungen nach dem Kommissionsvorschlag statt wie bislang alle 30 nun alle 20 Minuten möglich werden, was den Sendern mehr Freiraum schafft, für sinnvolle Unterbrechungszeitpunkte zu sorgen.

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

Tel: 030. 20 61 68 - 24

Email: s.beer@owm.de