

Diese Meldung kann unter <http://www.presseportal.de/pm/6936/1381720/zeitungsverleger-fordern-keine-werbung-in-redaktionellen-fernsehsendungen> abgerufen werden.

BDZV - Bundesverb. Dt. Zeitungsverleger

Zeitungsverleger fordern: Keine Werbung in redaktionellen Fernsehsendungen!

03.04.2009 - 10:04 Uhr, BDZV - Bundesverb. Dt. Zeitungsverleger

Berlin (ots) - Der Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger (BDZV) fordert, dass Product Placement in Deutschland auch künftig verboten bleibt. Anlass sind die Beratungen der Bundesländer am kommenden Mittwoch zur "EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste", die bis Ende 2009 in nationales Recht umgesetzt werden muss.

Die Zeitungsverleger befürchten, dass die geplante Aufhebung der klaren Trennung von Werbung und Programminhalten im Fernsehen die werbungstreibende Wirtschaft und Agenturen dazu verleiten wird, ähnliche Lockerungen auch von den Tageszeitungen zu verlangen. Die hohe Glaubwürdigkeit der Tageszeitungen sei jedoch eine der wichtigsten Qualitäten des Mediums, betonte der BDZV. "Durch die Einführung von Product Placement wird nicht nur das Fernsehen, es werden alle Medien verlieren, da ihre Glaubwürdigkeit aufs Spiel gesetzt wird", erklärte BDZV-Hauptgeschäftsführer Dietmar Wolff.

Die EU-Richtlinie über audiovisuelle Mediendienste erlaubt die bewusste und bezahlte Platzierung von Produkten im Fernsehen für nahezu alle Sendeformate. Bei der Umsetzung der Richtlinie hat der deutsche Gesetzgeber allerdings die Möglichkeit, das bisher bestehende gänzliche Verbot von Product Placement aufrecht zu erhalten. Ursprünglich hatten sich die Bundesländer gegen die Legalisierung von bezahlter Werbung im Fernsehen ausgesprochen. Nun erwägen sie jedoch, die umstrittene Lockerung zuzulassen und diese im 13. Rundfunkänderungsstaatsvertrag zu verankern.

Die Zeitungsverleger kritisieren nicht nur die drohende Vermischung redaktioneller Inhalte und Werbung im Fernsehen, sondern warnen ausdrücklich vor Kompromisslösungen mit einer mangelhaften Kennzeichnungspflicht für bezahlte Produktplatzierungen während der Ausstrahlung. Nach den Vorgaben der EU-Richtlinie soll ein entsprechender Hinweis zu Programmbeginn und nach den Werbeblöcken genügen. "Mit Hinweisen im Vor- oder Abspann von Sendungen wird heutzutage kein Zuschauer ernsthaft erreicht", mahnte Wolff. Der Zuschauer werde in die Irre geführt und könne nicht mehr selbst entscheiden, ob und wann er Werbung rezipieren möchte.

Pressekontakt:

Hans-Joachim Fuhrmann
Telefon: 030/ 726298-210
E-Mail: fuhrmann@bdzv.de

Anja Pasquay
Telefon: 030/ 726298-214
E-Mail: pasquay@bdzv.de

Originaltext:

BDZV - Bundesverb. Dt. Zeitungsverleger

Pressemappe:

<http://www.presseportal.de/pm/6936/bdzbv-bundesverb-dt-zeitungsverleger>

Pressemappe als RSS:

http://presseportal.de/rss/pm_6936.rss2