

PRESSEMITTEILUNG

24. Mai 2007

Liberalisierung der Fernsehwerbung erfordert zunehmende Medienkompetenz der Verbraucher

Verbraucherkommission des Landes fordert werbearme Medienzonen für Kinder

Anlässlich der heutigen (24.05.) Beratungen der Kulturminister der EU-Mitgliedstaaten über die neue Mediendiensterichtlinie zur Liberalisierung der Fernsehwerbung erneuert die Verbraucherkommission Baden-Württemberg ihre Forderung, die kommerzielle Produktplatzierung stärker zu begrenzen und insbesondere werbearme Medienzonen für Kinder einzurichten. Die Vorsitzende der Verbraucherkommission, Prof. Dr. Lucia Reisch erklärte dazu: "Durch die Möglichkeit der Produktplatzierung werden die Verbraucher verunsichert, denn sie können immer weniger erkennen, was neutrale Information und was Werbung ist". Sensible Formate wie Nachrichten, Dokumentationen und Kindersendungen seien zwar ausgenommen, aber der Fernsehalltag zeige, dass die Trennung zwischen Kinder- und Erwachsenensendungen fließend sei.

"Die Verbraucherkommission Baden-Württemberg fordert daher, werbearme Medienzonen für Kinder zu schaffen bzw. beizubehalten", so Reisch. Die vorgesehene Kennzeichnung von Produktplatzierung im Vor- und Abspann einer Sendung sowie nach jeder Werbeunterbrechung werde durch Zapping und "Fernsehen nebenbei" nicht wirklich wahrgenommen.

ARD und ZDF haben immer wieder betont, dass für sie die Trennung von Werbung und Programm ein wichtiger Grundsatz bleiben wird, der die Glaubwürdigkeit und Unabhängigkeit des Programms sichere. Unabhängig von der künftigen Rechtslage haben ARD und ZDF erklärt, bei ihren Eigen- und Auftragsproduktionen in jedem Fall wie bisher im Interesse der Verbraucher auf Product Placement zu verzichten, auch wenn die kommerziellen Fernsehsender künftig dieses Werbeinstrument einsetzen wollen.

Der Entwurf der Fernsehrichtlinie der EU-Kommission ist zwar durch Änderungen des Europäischen Parlament etwas verbraucherfreundlicher gestaltet worden, die grundsätzliche Tendenz zur Liberalisierung der Fernsehwerbung ist damit jedoch nicht eingedämmt

worden. "Im Hinblick darauf fordern wir in besonderem Maße eine verstärkte Förderung der Medienkompetenz vor allem bei Kindern und Jugendlichen", betonte Reisch. Schulische und außerschulische Aktivitäten seien zukünftig noch stärker notwendig. In Baden-Württemberg sei man mit zahlreichen Initiativen und Projekten bereits auf einem guten Weg, dürfe das Thema angesichts der neuen Anforderungen an Fernsehzuschauer und Verbraucher aber nicht aus den Augen verlieren.

Die ausführliche Stellungnahme kann unter www.verbraucherkommission.de in der Rubrik "Empfehlungen und Stellungnahmen/ Medien" abgerufen werden.

Pressekontakt:

Prof. Dr. Christoph Fasel

Telefon: 0711 / 505306-40 Fax: 0711 / 505306-45

E-Mail: info@verbraucherkommission.de

Internet: www.verbraucherkommission.de