

Zitat:

"Die werbenden Unternehmen wehren sich mit Nachdruck dagegen, dass sie bei ARD und ZDF nach 20.00 Uhr komplett abgeschaltet werden. Weitere Einschränkungen der Werbemöglichkeiten beschneiden den Zugang zu wichtigen Zielgruppen. Das wäre angesichts der gewachsenen dualen Medienordnung ein gravierender Eingriff in wirtschaftliche Freiheitsrechte der Wirtschaft und hätte negative Auswirkungen auf Wettbewerb und Konsum. Am Ende hätte ein solcher Schritt nur Nachteile: Fernsehen wird teurer, Werbung wird teurer und ob die privaten tatsächlich profitieren, ist höchst ungewiss",

erklärte der Hauptgeschäftsführer des Markenverbandes, Christoph Kannengießer, anlässlich der heutigen Anhörung der Medienreferenten der Länder zur Zukunft des Sponsoring bei ARD u. ZDF in Wiesbaden für MV und OWM.